

RU

Семантический рефрейминг как один из способов образования неологизмов в молодежной англоязычной онлайн-прессе

Голец В. А., Науменко Е. Э., Косинец И. И.

Аннотация. Цель исследования - выявление внутренних и внешних семантических рефреймов при появлении лексических инноваций у молодежи, их систематизирование. Научная новизна данной работы заключается в том, что в ней впервые рассматриваются лексические инновации в англоязычной молодежной онлайн-прессе с точки зрения продуктивности способов их образования при комплексном статистическом анализе исследуемого материала. В статье также представлен новый эмпирический материал, полученный в ходе исследования. В результате доказано, что семантический рефрейминг является наиболее эффективным способом образования неологизмов у молодого поколения, о чем свидетельствует анализ молодежной англоязычной онлайн-прессы 1995-2021 гг.

EN

Semantic Reframing as One of the Ways of Coining New Words in the Youth English-Language Online Press

Golets V. A., Naumenko E. E., Kosinets I. I.

Abstract. The purpose of the research is to identify and systematise internal and external semantic re-frames in young people's lexical innovations. The work is novel in that it is the first to consider lexical innovations in the youth English-language online press taking into account the productivity of their formation methods, involving a comprehensive statistical analysis of the material under study. In addition, the paper presents new empirical material obtained in the course of the research. As a result, it has been proved that semantic reframing is the most effective way of coining new words among the younger generation, as evidenced by the analysis of the youth English-language online press of 1995-2021.

Введение

Молодежная культура всегда являлась и является неким независимым социальным пространством, что отражается в первую очередь в языке молодого поколения, лексические инновации которого можно зафиксировать в периодических изданиях.

Так, язык современных молодежных средств массовой информации – фактически законодатель речевой моды, но он не может считаться парадигмой для сохранения уже существующей языковой нормы, поскольку всегда будет выходить за ее пределы.

Средства массовой информации уже достаточно давно интегрированы в конвергентные различные редакции, которые работают одновременно на всех возможных медийных платформах, что является несомненным преимуществом, поскольку издания занимаются постоянным усовершенствованием размещенного контента. А молодежная онлайн-пресса считается одним из самых прогрессивных средств массовой информации и цифровой коммуникации.

Основной объем появления неологизмов приходится сегодня именно на сферу молодежных СМИ.

Тем самым актуальность работы обуславливается необходимостью изучения новой лексики как способа передачи различных изменений языка среди молодежи.

Для достижения поставленной нами цели необходимо решить следующие задачи: во-первых, изучить теоретические предпосылки появления новых лексических единиц в молодежной англоязычной онлайн-прессе; во-вторых, проанализировать способы словообразования семантического рефрейминга; в-третьих, обосновать его продуктивность и коммуникативный потенциал новообразований.

Нами были использованы следующие методы исследования: 1) метод статистического анализа; 2) метод семантического анализа; 3) метод словообразовательного анализа.

Объектом нашего исследования послужили неологизмы в языке молодежной англоязычной онлайн-прессе 1995-2021 гг.

Предметом исследования является изучение способов словообразования, выявление наиболее продуктивных из них, а также их применение в молодежной англоязычной онлайн-прессе.

Материалом нашей работы стали 1230 неологизмов на материале молодежных англоязычных онлайн-изданий с 1995 года по 2021 год (American Girl Magazine (<https://americangirl.fandom.com>), Consume Magazine (<http://www.consumemagazine.com>), Bliss (<http://www.mybliss.co.uk/home>), K-Zone (<https://www.kzone.com.au>), Cosmogirl (<http://www.cosmogirl.co.id>), Brio (<http://www.briomag.com>), ElleGirl (<http://www.ellegirl.com>), Girlfriend (<http://www.girlfriend.com.au>), New Moon Girls (<https://newmoongirls.com>), Imagine (<http://www.cty.jhu.edu/imagine/index.html>), J-14 (<https://www.j-14.com>), Teen Voices (<https://teenvoicesmagazine.wordpress.com>), Justine (<https://justinemagazine.com>), New Era (<https://www.newerajournal.com>), Teen Vogue (<https://www.teenvogue.com>), Seventeen (<https://www.seventeen.com>)).

Теоретическая значимость данной работы заключается в дальнейшей разработке раздела теории номинации и дальнейшем изучении способов и методов лексических инноваций.

Теоретической базой исследования послужили многие работы отечественных и зарубежных авторов, которые занимались вопросами в области неологии (Гак, 1977; Заботкина, 1989; Котелова, 1978; Algeo, 1989; Barnhart, 1995; Rey, 1995), прагмалингвистики (Почепцов, 2000; Богданов, 1988; Balmer, Brennenstuhl, 1981), лингвокультурологии (Маслова, 2004; Степанов, 2003; Карасик, 2002).

Практическая значимость состоит в том, что выводы по данному исследованию могут применяться при изучении английского языка.

Основная часть

Особенности молодежных СМИ, их место в современном обществе привлекают особое внимание многих ученых. По их мнению, именно средства массовой информации молодежи наиболее активно вовлекают различную аудиторию в производство массовой информации (В. Н. Ганичев, И. С. Кон, М. Евневич, В. Лищинский, Г. Лангут, Т. И. Машуков, Л. Г. Свитич, Дж. Сибрук, Э. Эрикссон, Д. Хэбдидж и другие).

Рассматривая молодежную англоязычную онлайн-прессию, необходимо отметить, что она использует неологизмы, чтобы эмоциональнее, точнее отразить мысль, когда появляется необходимость выразить собственное отношение к определенному явлению и когда становится важно вызвать у аудитории интерес эксцентричностью слова к его непосредственному смыслу. Таким образом, по мнению А. Г. Лыкова (1972), авторы статей периодических изданий применяют новые слова, когда «соображение выразительности берет верх над нормативностью... В качестве примера подобного явления можно указать на использование в нормированной речи окказиональных слов, являющихся принципиально некодифицируемыми (ненормативными, неправильными) лексическими единицами, свободно и успешно уживающимися с обычными словами» (с. 85-89).

Вся информация в языке англоязычной онлайн-прессе молодежи может находиться как в статике, так и в динамике. Это показывает нам желание адресанта внести ясность сообщения при минимальных затратах энергии, а также подойти к определенной коммуникативной цели. Рассмотрению данного вопроса посвящены многие работы И. С. Комаровой, Н. Н. Глуховой, Л. М. Большепяновой, Д. А. Паремской, R. F. Verderben и др.

Теоретические предпосылки появления новых слов в английском языке отражены во многих трудах: Р. А. Будагова (1974), Н. М. Булавина (1960), Т. А. Гуральник (2006), В. И. Заботкиной (1989), Ю. Н. Несветайло (2010), А. Rey (1995), J. Algeo (1989, с. 251-261), R. H. Vaayen (1996, с. 69-96) и др.

Сам термин «неологизм» имеет различные толкования. Так, Р. А. Будагов (1974) классифицирует неологизмы как морфологически выдуманные неологизмы; неологизмы, которые образовались из ресурсов языка; неологизмы по значению; стилевые неологизмы; стилистические неологизмы. По мнению Н. М. Булавина (1960, с. 104-105), неологизмы можно разделить на лексические, морфологические, стилистические. Рассмотренные по неологии научные направления позволили нам сделать вывод, что в рамках данной статьи исследование лексических инноваций в молодежной англоязычной онлайн-прессе наиболее эффективно с точки зрения классификации новых слов по В. И. Заботкиной (1989, с. 13), которая выделяет фонологические, семантические, синтаксические, фразеологические неологизмы, а также неологизмы-заимствования.

Определяя неологизм как новое слово по форме или по содержанию, В. И. Заботкина (1989) подразделяет неологизмы на собственно неологизмы, трансноминации, семантические новообразования. Таким образом, по нашему мнению, для обозначения трансноминаций и семантических новообразований целесообразно использовать термин «рефрейм», который является ярким образцом эволюции языка, поскольку любое изменение номинации означает фактическую дезактуализацию любого обозначаемого слова.

Сам термин «рефрейминг» используется непосредственно в психологии и означает особый прием, который обеспечивает взаимодействие с той частью личности, которая порождает одно поведение или блокирует другое (Бендлер, Гриндер, 1995).

Использование в нашей работе термина «рефрейм» не связано с его трактовкой в психологии, его употребление продиктовано тем, что он наиболее полно номинирует те явления в неологии, которые мы рассматриваем.

Англоязычные онлайн-СМИ молодого поколения используют и внешние, и внутренние семантические рефреймы для выражения семантических новообразований и трансминаций.

Внутренние семантические рефреймы приобретают новые смыслы существующих слов, а внешние семантические рефреймы дают новое, более эмоциональное наименование предмету, который уже имеет нейтральное наименование.

Для анализа неологизмов с точки зрения их словообразования мы выбрали примеры из статей всевозможных жанров разноплановых изданий, которые включают в себя развлекательный, образовательный контент (American Girl Magazine, Bliss, Brio, Consume Magazine, Cosmogirl, ElleGirl, Girlfriend, Imagine, J-14, Justine, K-Zone, New Moon Girls, New Era, Seventeen, Teen Vogue, Teen Voices).

В текстах, проанализированных нами, было обнаружено 810 примеров использования семантического рефрейминга (485 единиц – внешние семантические рефреймы; 325 единиц – внутренние семантические рефреймы).

Сокращения как один из способов появления внешних семантических рефреймов являются наиболее часто употребляемыми инновациями в языке молодежной англоязычной онлайн-прессе (232 единицы).

Так, значительное место среди различных сокращений занимают аббревиатуры и буквенные сокращения (115 единиц).

Аббревиатуры можно встретить в молодежной англоязычной онлайн-прессе в различных тематических блоках:

- *сфера образования*: **OCL** – **off-campus learning** – дистанционное обучение (Justine; New Moon Girls); **EFL** – English as a Foreign Language – английский как иностранный язык (New Moon Girls; Cosmogirl); **LGP** – Language for General Purposes – язык повседневного общения (Cosmogirl; Seventeen; New Era; Girl Power); **CEELT** – Cambridge Examination in English for Language Teachers – кембриджский экзамен по английскому языку для педагогов (Justine; New Moon Girls);

- *сфера культуры*: **EP** – extended play – мини-альбом, содержащий от двух до восьми треков (Cosmogirl; New Era; Girl Power); **VJ** – video jockey – видеожей (Bliss; Seventeen; Imagine); **MOR** – middle-of-the-road – попсовая музыка (Brio; K-Zone; Consume Magazine);

- *сфера техники и производства*: **FF** – Flip-Flops – триггер (Bliss; New Moon Girls; Imagine; New Era); **RTFM** – read the following manual – прочти инструкцию, следуй руководству (Justine; Imagine; New Moon Girls); **PM** – private message – приватное сообщение, используется часто в веб-форумах (Justine; Imagine; New Moon Girls); **ATM** – automatic teller machine – банкомат (Girlfriend; Imagine; New Moon Girls; ElleGirl);

- *сфера бизнеса и экономики*: **SMM** – social media manager – специалист, занимающийся продвижением определенного бизнеса или же брендов в социальных сетях (Justine; Imagine; New Moon Girls); **PTE** – part-time employee – сотрудник с частичной занятостью (Girlfriend; Justine); **ETA** – estimated time of arrival – ожидаемое время доставки (Justine; New Moon Girls; Imagine).

Данные смысловые блоки появляются в результате повторяемости тематики и ее ограниченности с учетом периодичности издания.

Рассматриваемый нами словообразовательный способ достаточно результативен, поскольку его специфика отражается в современных направлениях всего процесса глобализации.

Повсеместное развитие аббревиатур является неотъемлемой частью английского языка и одним из самых продуктивных способов словообразования. Аббревиатуры, несмотря на свою простоту, несут высокую информативность, тем самым усиливая эффективность их употребления. Основные свойства аббревиатур, которые состоят в экономии языковых средств, играют важную роль, поскольку при применении минимального количества лексических единиц возможно сделать коммуникативный акт более простым, легким для участников, а тем самым достичь ускорения в его понимании.

Следует отметить, что аббревиатура номинирует новые реалии в мире, которые связаны с важными техническими открытиями, с развитием науки, разными изобретениями. Именно поэтому образование новых пластов лексики путем аббревиации в основном всегда связано с терминологией, известной датой, авторами сокращений (Сухоплющенко, 1995).

Зарубежная лингвистика показывает, что слоговые аббревиатуры могут быть усечениями и одночленными сокращениями (Marchand, 1967). В отечественных источниках такие термины – это слоговые сокращения (Елдышев, 1984), морфемные усечения (Сегаль, 1964), усеченные слова, простые усечения, морфемные усечения, усеченные единицы (Павлов, 1999). Следует сказать, что буквенные сокращения являются отличительной чертой повседневной жизни молодого поколения: **HAND** – have a nice day – прекрасного дня (Justine; New Moon Girls); **NP** – no problem – нет проблем (Justine; New Moon Girls; Imagine); **BTW** – by the way – кстати, между прочим (Bliss; New Moon Girls; New Era); **CYM** – check your mail – проверь свою почту (Justine; Bliss; New Moon Girls; Imagine); **LOL** – laughing out loud – громко смеяться (Bliss; New Moon Girls; New Era); **IDTS** – I don't think so – я так не думаю (Justine; New Moon Girls; New Era; Imagine); **JOMO** – joy of missing out – радоваться отказу от социальных сетей (New Moon Girls; Bliss; Imagine); **YOLO** – you only live once – живем только один раз (Justine; New Moon Girls; Bliss).

Достаточно часто сокращаются имена и фамилии, названия сериалов, музыкальных исполнителей, шоу и так далее: **THG** – The Hunger Games – серия фильмов «Голодные игры» (Justine; New Moon Girls; New Era; Teen Voices; Cosmogirl); **VB** – Victoria Beckham – певица Виктория Бекхэм (American Girl Magazine; New Moon Girls; New Moon Girls; Popcorn News); **HIM** – His Infernal Majesty – «Его дьявольское Величество» (Imagine; Justine; New Moon Girls).

Тенденция к сокращению лексических единиц в молодежной англоязычной онлайн-прессе является итогом определенных трансформаций, характерных в целом для английского языка (Балли, 1955).

Так, Е. А. Дюжикова (1994, с. 26-27) заявляет, что преимущество сокращенных слов заключается в том, что они являются субститутом полнзначных названий и заполняют образовавшиеся языковые лакуны.

При внешнем семантическом рефрейминге в англоязычных молодежных онлайн-изданиях можно встретить множество аффиксальных слов (53 единицы) (**suckerdom** – лентяй, **fattyism** – ожирение, **skipper** – гость, который не оплатил счет, **bedder** – горничная) и слов с обратным словосложением (33 единицы) (**beggar** (нищий) – **to beg** (нищенствовать), **Quisling** (Квислинг, глава фашистской нации) – **to quisle** (быть как Квислинг, то есть быть предателем), **honey** (милый/-ая) – **to hon** (подлизываться), **greedy** (жадный) – **greed** (жадность)).

Одними из самых продуктивных суффиксов при внешнем семантическом рефрейминге являются суффиксы:

-*ati* (**soccerati** – люди, которые имеют хоть какое-то отношение к футболу, **gliteratti** – звезды шоу-бизнеса),

-*ee* (**mentee** – тот, кто получил некоторый совет от опытного человека, **enlistee** – человек, который находится под арестом),

-*ster* (**popster** – человек, который занимается поп-музыкой, **tapster** – официант),

-*er* (**slippers** – тапочки, **sleeper** – свободная комната, но при этом является занятой по тем или иным причинам, **duster** – пылесос),

-*ette* (**anchorette** – ведущая телевизионной программы, **bachelorette** – женщина, которая живет одна) и другие.

В созданных аффиксальных словах мотивирующее слово является переменной величиной, а формантная часть – постоянной величиной.

Практически половина всех реверсивов образуется от сложных основ.

Словосложение используется в англоязычной молодежной онлайн-прессе для выделения уточняющих характеристик или определенных явлений, а именно, к примеру, подросткового возраста.

При рассмотрении внутренних семантических рефреймов онлайн-СМИ молодежи в англоязычной среде особое место занимают такие способы словообразования, как конверсия (216 единиц) и словосложение (109 единиц).

Слово, которое образовано с помощью конверсии, выполняет новую синтаксическую функцию, приобретает иное значение ввиду морфологически изменяемых слов.

Конверсивы в молодежной англоязычной онлайн-прессе создаются по разным моделям, но мы выделяем наиболее частотно употребляемые из них: $N \rightarrow V$ (**e-mail** (электронная почта) – **to e-mail** (отправлять по электронной почте), **vacation** (отпуск, каникулы) – **to vacation** (отдыхать), **badge** (значок) – **to badge** (отмечать знаком), **landslide** (внушительная победа) – **to landslide** (выигрывать что-то с преимуществом)); $V \rightarrow N$ (**to walk-up** (подниматься по лестнице) – **walk-up** (многоэтажное здание с отсутствием лифта), **to command** (командовать) – **command** (команда), **to spy** (шпионить) – **spy** (шпион), **to guess** (отгадывать) – **guess** (догадка)); $Adj \rightarrow N$ (**creative** (творческий) – **a creative** (креатив), **regular** (постоянный) – **a regular** (постоянный сотрудник), **crazy** (сумасшедший) – **a crazy** (фанатик)) и так далее.

Сложные слова, или композиты, образованные в результате словосложения, представлены в языке молодежи.

Сложные слова, так же как и конверсивы, образованы по различным моделям. Мы говорим о наиболее продуктивных из них:

- $N1 + N2$: **hair-day** (день, когда все не получается), **bullshit** (бред), **dirtbag** (лузер), **study-group** (семинар), **acid-jazz** («кислотный» джаз), **airhead** (болван);

- $Adj + N$: **hard-line** (жесткий курс), **deadbeat** (провал), **sick-ass** (сумасшедший), **numskull** (тупица), **shit-scared** (очень напуганный);

- $V + N$: **milksop** (слабак), **blabbermouth** (болтун);

- $Prep + N - Adj$: **in-house** (собственный), **off-line** (офлайн).

В образовании композита может участвовать и полная основа, которая затем появляется в серийных образованиях. Например: *-friendly* (**family-friendly** (благополучный в семье), **customer-friendly** (подходящий для покупателей)); *-hop* (**bed-hop** (постоянно менять сексуальных партнеров), **job-hop** (прыгать с места на место)); *-centric* (**male-centric** (направленный на интересы мужчин), **user-centric** (направленный на потребности пользователя и их удовлетворение)); *-word* (**N-word** (негр), **F-word** (чертово слово)) и другие.

По мнению Е. Н. Синкевича (1988, с. 111-119), при условии аналогичного словообразования нерелевантно, элементы какого статуса попадают в поле его действия – аффиксы или усеченные основы.

Новые лексические единицы англоязычной молодежной онлайн-прессы в этом плане не исключение. Они отражают действие аналогии в неосфере, которая обслуживает потребности социума при развитии производства, внедрении новых технологий и появлении новых концептов.

Лингвистические факторы способствуют динамике развития языка, особенно в сфере неонимации, которая образуется под воздействием законов аналогии.

Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам. Анализ неологизмов в англоязычной молодежной онлайн-прессе показал нам, что 810 единиц являются внешними семантическими рефреймами и 325 единиц –

внутренними семантическими рефреймами. Самыми распространенными способами образования внешних семантических рефреймов являются сокращения (232 единицы) (аббревиатуры, буквенные сокращения (115 единиц)) и аффиксация (53 единицы), а внутренних семантических рефреймов – словосложение (109 единиц) и конверсия (216 единиц).

Наиболее продуктивными суффиксами при внешнем семантическом рефрейминге являются суффиксы: -ati, -ee, -ster, -er, -ette. Конверсивы образуются по моделям N1 + N2, Adj + N, V + N, Prep + N – Adj.

Внедрение языковых инноваций в текст показывает нам творческий подход авторов к использованию языковых ресурсов, что взаимосвязано с большим желанием наиболее ярко донести информацию.

В языковой системе появление новых слов обращено к определенной цели, а именно к выражению мысли. Таким образом, создание языка можно вообразить себе как взаимодействие некоего духовного стремления определить материал, продиктованный внутренними целями коммуникации.

Молодежная англоязычная онлайн-пресса – один из главных видов коммуникации, характеризуется отражением всевозможных сторон жизни и является первым фиксатором, который регистрирует возникновение лексических инноваций при эволюции языка.

Данная статья может послужить материалом для будущего анализа особенностей употребления новых лексических единиц в английском языке, а перспектива дальнейшего изучения неологизмов позволит получить более детальную информацию о них, которая поможет нам понять современный английский язык.

Источники | References

1. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. М.: Изд-во иностр. лит., 1955.
2. Бендлер Р., Гриндер Д. Рефрейминг: ориентация личности с помощью речевых стратегий / пер. с англ. Воронеж: МОДЭК, 1995.
3. Богданов В. В. Роль коммуникативно-организующей лексики в языке и речи // Языковое общение: процессы и единицы: межвуз. сб. науч. тр. / Калининский государственный университет. Калинин, 1988.
4. Будагов Р. А. Человек и его язык. М., 1974.
5. Булавин Н. М. О тенденциях пополнения словарного состава британского и американского вариантов английского языка // Вопросы лингвистики и методики преподавания иностранных языков / под ред. И. М. Бермана. М., 1960.
6. Гак В. Г. К типологии лингвистических номинаций // Языковая номинация (общие вопросы) / отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. М.: Наука, 1977.
7. Гуральник Т. А. Лингвистические маркеры социокультурного пространства в сфере неонинации: на материале американского варианта английского языка: дисс. ... к. филол. н. Самара, 2006.
8. Дюжикова Е. А. Аббревиация и обучение английскому языку. Новые идеи в преподавании иностранных языков: взгляд в будущее. Воронеж: ВИПКРО, 1994.
9. Елдышев А. Н. Строение и мотивированность сокращенных слов (к проблеме взаимодействия формально-содержательных признаков в слове): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1984.
10. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка. М.: Высшая школа, 1989.
11. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепт, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002.
12. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов: сб. ст. / отв. ред. Н. З. Котелова. Л.: Наука, 1978.
13. Лыков А. Г. Можно ли окказиональное слово называть неологизмом? // Русский язык в школе. 1972. № 2.
14. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. Мн.: ТетраСистемс, 2004.
15. Несветайло Ю. Н. Неологизмы и окказионализмы как конститuentы лексического макрополя современного английского языка: системный и словообразовательный аспекты: дисс. ... к. филол. н. Ставрополь, 2010.
16. Павлов Г. В. Функционирование сокращений в современном немецком языке (номенклатурные и речевые сокращения): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 1999.
17. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX в. М. - К.: Рефл-бук; Ваклер, 2000.
18. Сегаль М. М. Аббревиация и аббревиатуры в современном английском языке: дисс. ... к. филол. н. Л., 1964.
19. Синкевич Е. Н. Действие аналогии на словообразовательном уровне // Аспектология и контрастивная лингвистика: межвуз. темат. сб. науч. тр. / Калининский государственный университет. Калинин, 1988.
20. Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. М.: Едиториал УРСС, 2003.
21. Сухоплющенко Ю. Ф. Когнитивная структура прагматически ориентированных лексических новообразований (на материале британской прессы): дисс. ... к. филол. н. М., 1995.
22. Algeo J. New New-Word Books // American Speech. 1989. Vol. 64. Iss. 3.
23. Baayen R. H. Chronically the Times: Productive Lexical Innovations in an English Newspaper // Language. 1996. Vol. 72.
24. Balmer T., Brennenstuhl W. Speech Act Classification. Berlin: Springer-Verlag, 1981.
25. Barnhart R. Some Thoughts about Neologisms before Starting BDNE IV // Journal of the Dictionary Society of North America. 1995. Vol. 16.
26. Marchand H. The Categories and Types of Present-Day English Word Formation. A Synchronic-Diachronic Approach. Alabama: University of Alabama Press, 1967.
27. Rey A. The Concept of Neologism and the Evaluation of Terminologies in Individual Languages // Rey A. Essays on Terminology. Amsterdam - Philadelphia: John Benjamins Press, 1995.

Информация об авторах | Author information**RU**

Голец Виктория Анатольевна¹, к. филол. н.
Наumenко Елена Эдгаровна², к. филол. н., доц.
Косинец Инна Ивановна³, к. филол. н., доц.
^{1, 2, 3} Пятигорский государственный университет

EN

Golets Victoria Anatolevna¹, PhD
Naumenko Elena Edgarovna², PhD
Kosinets Inna Ivanovna³, PhD
^{1, 2, 3} Pyatigorsk State University

¹ victoriagolets@rambler.ru, ² elkricha@yandex.ru, ³ inna.kosinets@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 12.03.2022; опубликовано (published): 29.04.2022.

Ключевые слова (keywords): семантика; рефрейминг; внутренние семантические рефреймы; внешние семантические рефреймы; молодежные англоязычные онлайн-СМИ; semantics; reframing; internal semantic reframes; external semantic reframes; youth English-language online mass media.