



- ¹⁵ См.: Schmitz H.-G. Amideutsch oder deutsch? – Zur Geschichte und Aktualität der Fremdwortfrage // Germanistisches Jahrbuch der GUS «Das Wort». 2002. S. 135–165.
- ¹⁶ См.: Altmayer C. 50 Jahre Herder-Institut, 50 Jahre Deutsch als Fremdsprache. Traditionen und Grenzüberschreitungen // DaF. 2007. № 2. S. 67–74.

- ¹⁷ См.: Meyer H. «Deutschland» oder «Germany». Zum fünfzigjährigen Jubiläum des Herder-Instituts in Leipzig // DaF. 2007. № 2. S. 74–80.
- ¹⁸ Zimmer D. Deutsch und anders : die Sprache im Modernisierungsfieber. Reinbek bei Hamburg, 1998. S. 156.
- ¹⁹ Trabant J. Die Sprache. München, 2009. S. 309, 328.

УДК – [811.111+811.134.2+811.161.1]:004

МЕТАЯЗЫК ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: ПРОБЛЕМА ЗАИМСТВОВАНИЙ (на материале испанского и русского публицистического текста)

Л. П. Сон

Российский государственный социальный университет, Москва
E-mail: luciason@mail.ru

В статье исследуются проблемы английских заимствований в русском и испанском языках в условиях информационного общества. Анализируются тенденции процесса заимствований, рассматриваются вопросы рационального и иррационального использования заимствований в русском и испанском публицистическом тексте.

Ключевые слова: информационное общество, глобализация, интернет-коммуникация, публицистика, заимствование.

Meta-language of the Internet Communication: the Issue of Borrowing (on the Material of Spanish and Russian Journalistic Texts)

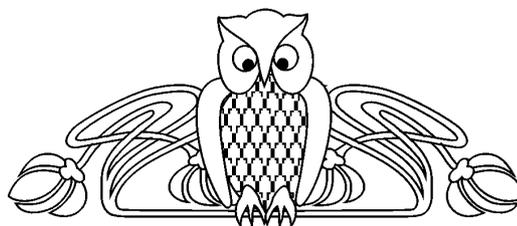
L. P. Son

The article studies the issue of English loan words in the Russian and Spanish languages in information society. The article analyzes the tendencies of the borrowing process and deals with rational and irrational use of loan words in Russian and Spanish journalistic texts.

Key words: information society, globalization, Internet communication, opinion journalism, borrowing.

Одной из важнейших характерных особенностей лексического уровня метаязыка интернет-коммуникации является использование заимствований как явление, сопутствующее межъязыковым контактам. Данная проблема представляет собой одну из центральных тем современного языкознания.

Изучению вопросов межъязыковых контактов посвящены работы выдающихся как отечественных (В. А. Абасов, В. А. Аврорин, Т. Балиашвили, И. К. Белодед, В. А. Богородицкий, И. А. Бодуэн де Куртенэ, Р. А. Будагов, Е. М. Верещагин, Ю. Д. Дешериев, В. М. Жирмунский, Ю. А. Жлуктенко, В. А. Звегинцев, Т. П. Ильяшенко, А. Е. Карлинский, Г. В. Колшанский, М. М. Михайлов, Е. Д. Поливанов, И. Ф. Протченко, С. В. Семчинский, Л. В. Щерба и др.), так и зарубежных ученых (Р. Белл, У. Вайнрайх, Ж. Вандриес, Б. Гавранек,



А. Мартине, А. Мейе, Г. Пауль, А. Росетти, Э. Сепир, Э. Хауген, Г. Шухардт и др.).

По мнению американского лингвиста Эдварда Сепира, «языки редко бывают самодостаточными. Потребности общения заставляют говорящих на одном языке вступать в непосредственный или опосредованный контакт с говорящими на соседних или культурно доминирующих языках»¹.

Австрийский языковед Г. Шухардт ввел в науку термин «смешение языков»², который получил развитие в работах других известных лингвистов. Так, И. А. Бодуэн де Куртенэ под «смешением языков» понимал не только заимствования тех или иных элементов языка, но также процессы, происходящие в языке отдельно взятого индивида. При этом ученый говорил о наличии языкового контакта во всех языках, считая, что если поднять вопрос о смешении или не смешении языков, то придется согласиться с тем, что нет ни одного чистого, несмешанного языка³.

Л. В. Щерба предложил заменить термин «смешение языков» термином «взаимное влияние», так как понятие «смешение языков» может дать неверное представление о том, что оба языка в равной степени участвуют в образовании другого языка. По мнению ученого, «всякое взаимное воздействие языков требует наличия людей, которые хотя бы в незначительной степени были двуязычными»⁴.

До начала 50-х гг. XX столетия в языкознании использовались термины «скрещивание» (Н. Я. Мар полагал, что скрещивание языков является одной из главных причин их развития), заимствованный из биологии, а также «метисация» и «гибридизация».

Термин «языковые контакты» впервые был предложен французским лингвистом А. Мартине, а в 1953 г. так была озаглавлена книга У. Вайнрайха, вышедшая в Нью-Йорке («Languages in Contact»). Так, по У. Вайнрайху, языковой контакт – это поочередное использование двух или более языков одним и тем же лицом, которого называют двуязычным носителем⁵.



Вскоре этот термин стали применять многие лингвисты. Например, по мнению А. Е. Карлинского, языковым контактом можно назвать взаимодействие двух языков на всех уровнях (фонологическом, морфемном, лексемном, грамматическом) не только в области речи, но и в области системы⁶.

Важно подчеркнуть, что современные ученые предпринимают попытки обозначить раздел лингвистики, занимающийся изучением межъязыковых отношений. Явление взаимодействия языков получило в современной лингвистике различные наименования. Например, Е. М. Верещагин предложил два синонимичных названия – теория языковых контактов и контактология. Однако, по справедливому замечанию Ю. А. Жлуктенко, термин «контактология» неудобен, так как в нем не содержится никаких указаний на то, что он относится к лингвистике или вообще к языку⁷. Болгарский языковед И. Леков ввел в научный оборот термин «лингвистическая контактология».

Следует отметить, что в последнее время употребляются термины «взаимодействие языков», «взаимовлияние языков» (Ю. Д. Дешериев), «межъязыковые контакты» (В. В. Мартынов), «взаимоотношение языков» (Л. Х. Цыпленкова), «контактные межъязыковые связи» (Ю. А. Жлуктенко), «конвергенция» (сближение языков) и др. Считается, что термины «языковые контакты» и «взаимодействие языков» являются наиболее приемлемыми и дополняют друг друга.

В нашем исследовании мы будем придерживаться дефиниции языковых контактов, предложенной В. С. Ивановым, подразумевающей под языковыми контактами взаимодействие двух или более языков, оказывающих влияние на структуру или словарь одного из них⁸.

Кроме того, в условиях современного информационного общества и процессов глобализации, характеризующихся доминированием английского языка, в нашем исследовании мы будем применять термин «интеракция языков» (от англ. *interaction* – взаимодействие).

В теории межъязыковых контактов важное место отводится проблеме изучения такого явления, как заимствования, поскольку при языковом контакте обязательно происходит взаимодействие и взаимовлияние типологически отличных друг от друга языков, в результате которого наблюдаются либо незначительные изменения в области лексики (лексические заимствования), либо значительные структурные изменения на всех языковых уровнях.

Изучение проблемы языкового заимствования имеет довольно давнюю традицию (Е. М. Верещагин, В. С. Виноградов, Э. Ф. Володарская, Л. П. Крысин, Л. В. Щерба, У. Вайнрайх, Ж. Вандриес, А. Мартине, А. Мейе, Э. Сепир, Э. Хауген, Г. Шухардт и др.). Еще в 1886 г. С. К. Булич в своих исследованиях указывал на то обстоятельство, что заимствования представляют собой могучий

фактор развития языка, способствующий его совершенствованию⁹.

Термин «заимствование» в лингвистике является многозначным. Так, многие ученые разграничивают понятия «заимствование» и «заимствованное слово», предлагая определять «заимствование» как «взаимное влияние языков»¹⁰. Другие авторы отождествляют эти понятия, утверждая, что чаще всего заимствуются слова.

В «Словаре лингвистических терминов» О. С. Ахманова определяет заимствование и как обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся, и для обозначения неизвестных прежде предметов (нередко сами эти понятия и предметы становятся известными носителям данного языка лишь вследствие контактов с теми народами, из чьих языков заимствуются соответствующие слова), а также как слова, словообразовательные аффиксы и конструкции, вошедшие в данный язык в результате заимствования¹¹. Заимствованное слово определяется как «слово, появившееся в данном языке в результате заимствования»¹².

В конце XX – начале XXI в. становится очевидным активное взаимодействие языков во всем мире. Прежде всего, это связано с тем, что последние десятилетия XX столетия ознаменовались началом нового процесса общественно-исторического развития человечества, именуемого глобализацией. Понятие «глобализация» как бы фиксирует современную стадию интеграции мира, который становится все более разнообразным, взаимосвязанным и взаимозависимым.

В основе глобализации – англо-американская модель развития общества, его экономики, политики и культуры, что, безусловно, активно транслируется на английский язык, который на сегодняшний день претендует на роль первого в истории человечества мирового языка.

Приоритетное положение английского языка обусловлено, прежде всего, возникновением всемирной, преимущественно англоязычной информационной сети – Интернета, при этом число пользователей Интернета приближается к 2 млрд человек¹³.

Активное использование Интернета повлекло за собой не только революционные изменения в мировом информационном поле, но и серьезные изменения в системе английского и других языков. Иными словами, информационные и телекоммуникационные технологии становятся мощнейшим экстралингвистическим фактором, оказывающим влияние на развитие языков. И этот процесс – взаимовлияние реальной и языковой картины мира – продолжается непрерывно, рождая новые слова, дефиниции и обуславливая массовый приток англоязычных заимствований в другие языки.

По мнению Э. Ф. Володарской, одной из основных причин заимствования становится «введе-



ние новых слов для обозначения новых понятий, явлений, идей, течений, предметов обихода, науки, культуры в связи с необходимостью быстрого заполнения лексической ниши с целью обозначения иностранного новшества, не нашедшего адекватного лексического ответа в языке-реципиенте в момент переноса в него»¹⁴.

Исследуя пути попадания иностранного слова из языка-донора в язык-реципиент, Э. Ф. Володарская говорит о речевой коммуникации проживающих по соседству народов, дистантных контактах вследствие обмена культурными ценностями, книгах и переводах¹⁵.

Результатом информатизации и компьютеризации социума на современном этапе его развития стало появление новой категории – виртуальной реальности, которая, в свою очередь, породила новый – виртуальный канал передачи информации, и в том числе заимствований.

В то же время виртуальный канал передачи заимствований не является обособленным в классификации, предлагаемой Э. Ф. Володарской, поскольку в виртуальной среде заимствования из языка-донора в язык-реципиент транслируются дистантно. Данную траекторию мы предлагаем назвать виртуально-дистантной категорией установления контактов и передачи информации, но на совершенно ином качественном уровне, присущем информационному социуму.

Периодические издания, публикуемые в Интернете, выбраны в качестве материала нашего исследования не случайно. В современных условиях информационного общества важнейшим каналом трансляции английских заимствований в любой другой язык становится публицистический текст, и прежде всего электронные варианты статей, размещаемых в глобальной сети.

Современные средства массовой информации оперативно отражают основные социально-экономические процессы, протекающие в обществе (реальную картину мира), и, как следствие, процессы преобразований в языке (языковую картину). По сравнению с другими функциональными стилями, публицистический стиль наиболее восприимчив к изменениям, происходящим на всех уровнях языковой системы.

В связи с данным утверждением важно вспомнить о таком значимом явлении, как языковая норма, а именно о том ее диалектическом свойстве, как придание тексту эмоциональности и экспрессивности в случае ее нарушения. По мнению С. Г. Тер-Минасовой, «для тех языковых сфер, где преобладает функция воздействия – публицистика, проповеди, художественная литература, – нормы нужны, чтобы можно было их нарушать и таким образом обыграть..., что позволяет языку выполнять, наряду с информативной функцией, функцию воздействия»¹⁶.

Доля средств и способов, которыми располагает публицистический стиль для придания экспрессивности публицистической речи с целью

наиболее эффективного воздействия на читателя, в целом оказывается весьма высокой, и в их числе – иностранные заимствования, главным образом, английские, особенностью которых на сегодняшний день являются массовость и новизна.

Наше исследование позволило осуществить тематическую классификацию англицизмов в русском и испанском публицистическом тексте. С лингвистической точки зрения, по мнению О. С. Ахмановой, понятие «тематическая группа» определяется как «ряд слов, более или менее близко совпадающих по своему основному (стержневому) семантическому содержанию, то есть по принадлежности к одному и тому же семантическому полю»¹⁷.

Поэтому целью предлагаемой нами тематической классификации заимствований является установление наиболее актуальных сфер употребления англицизмов в современном русском и иберийском варианте испанского языка, определение частотности их использования в каждой из сфер и прогнозирование целесообразности этого использования.

Проведенное нами исследование русского публицистического текста на материале российских газет и журналов, таких как «Российские вести», «Московский комсомолец», «Известия», «Экономика и жизнь», «Аргументы и факты», «Банковские новости», «Вечерний Интернет», «Внешняя торговля», «Мир Интернет», «Наука и жизнь», «Новый стиль», «Русская реклама», «Сегодня», «Даша», «Лиза», «Экспресс-газета» и другие, позволило выяснить, каким образом распределились английские заимствования по семантическим группам за период с 2010 по 2011 г.

На основании проведенного анализа мы смогли сделать вывод о том, что наибольшее число англицизмов за данный период принадлежит тематической группе «**Интернет и технологии**» и составляет 45,30% от общего числа англицизмов в исследуемых тематических группах. Это слова: *компьютер, дисплей, файл, драйвер, модем, мониторинг, плейер, пейджер, факс, блог, Интернет, веб, хакер, спам, интерфейс, фэйсбук, контакт, твиттер, смс, сайт, фидбэк, софт, имейл, блоггер, ибук, мультимедиа, гаджет, торрент, онлайн (офлайн), спамер, браузер, плейлист, смартфон, юзер, блютуз, трекер* и др.

Второе место по числу англицизмов принадлежит тематической группе «**Музыка, искусство, кинематограф**» и составляет 13,80%: *кастинг, муди, сингл, демо, релиз, саундтрек, шоу, триллер, хоррор, копирайт, андерграунд, кантри, хип-хоп, рэп, рок энд ролл, хэви метал, бестселлер, брэйк данс, панк* и т. д.

Третья группа по количеству английских заимствований в русском языке – это «**Мода и красота**»: *легинсы, пилинг, спа, блейзер, пуловер, ботокс, кежуал, гель, шопинг, денди, спрей, деним,*



бандаж, мини и пр. На долю заимствований данной семантической группы приходится 12,0%.

В четвертую семантическую группу вошли англицизмы, используемые в сфере **экономики и политики**: *президент, парламент, инаугурация, спикер, импичмент, электорат, департамент, муниципалитет, легитимный, консенсус, аудитор, бартер, брокер, бизнес, дилер, инвестиция, конверсия, траст, холдинг, сток, консалтинг, спонсор, маркетинг, менеджер, мерчандайзинг, лизинг, дилер* и пр. Доля заимствований данной группы составляет 11,80%.

В пятую группу вошли заимствования из области **спорта**: *байк, фитнес, джампинг, драйв, плей-оф, пенальти, ти-брейк, кофе-брейк, картинг, скейтборд, виндсерфинг, байкер, матч поинт, рестлинг, серфер, спарринг, скейтер, спринтер, бодибилдинг* и т. д. На долю заимствований данной группы приходится 10,90%.

Шестую тематическую группу формируют заимствования, относящиеся к сфере **гастрономии**: *чизбургер, гамбургер, чикенбургер, чизкейк, нагетсы, кетчуп, ланч, фаст фуд, снэк, паб, сэндвич* и пр. (доля англицизмов этой группы – 6,20%).

Таким образом, на основании приведенных данных мы можем проследить тенденцию заимствования английских слов в различных семантических полях. Самый большой процент иноязычной лексики принадлежит группе «Интернет и технологии», что говорит о применении достижений научно-технического прогресса в России. И это закономерно, поскольку с появлением высоких технологий и их дальнейшим бурным развитием в русский язык хлынул огромный поток слов, обозначающих новые явления. Кроме того, высокие технологии стали средством проникновения иноязычных слов в нашу речь.

Важно отметить, что подобная тенденция наблюдается не только в России, но и в других странах, поскольку процесс глобализации затрагивает все мировое сообщество. Примером может служить Испания, высокоразвитая страна Европы, в которой широкое распространение и активное использование Интернета привело к появлению большого количества англицизмов в лексике испанского языка.

Проведенное нами исследование испанского (иберийский вариант) публицистического текста на материале испанских газет и журналов «ABC», «Semana», «Tiempo», «Hola», «El País», «La Vanguardia», «20 Minutos», «El Comercio», «Diario Siglo XXI», «El Mundo», «Económica», «Última Hora» «AC» и др. позволило выяснить, каким образом распределились английские заимствования по семантическим группам за период с 2010 по 2011 г.

Было выявлено, что, как и в русском языке, наибольшее число англицизмов принадлежит тематической группе «Интернет и технологии»,

а именно 44,70% от общего числа англицизмов исследуемых групп: *Internet* (Интернет), *SMS* (смс), *blog* (блог), *web* (веб), *site* (сайт), *netbook* (нетбук), *DVD* (DVD-диск), *Facebook* (фейсбук), *e-mail* (электронная почта), *on-line* (онлайн), *feedback* (отзыв), *microblogging* (ведение микроблога), *Twitter* (твиттер), *multimedia* (мультимедия), *blogger* (блогер), *hacker* (взломщик), *post* (отправлять), *spam* (спам), *interface* (интерфейс), *password* (пароль), *torrent* (торрент), *e-book* (электронная книга), *gadget* (устройство), *spammer* (спамер), *off-line* (офлайн), *ringtone* (звонок), *browser* (браузер), *download* (скачивание), *driver* (драйвер), *username* (имя пользователя), *playlist* (плейлист), *display* (дисплей), *slideshow* (слайдшоу), *smartphone* (смартфон), *Bluetooth* (блютус) и т. д.

Второе место, так же как и в русском языке, по числу англицизмов занимает тематическая группа «Музыка, искусство, кинематограф» (15,10%):

– номинации музыкальных направлений, танцев и групп: *hip hop, pop art, britpop, punk, jam session, underground, rockstar, western, fan, country-rock, blues, grunge, hardcore, rock and roll, rockabilly, master, swing, country, pop dance, break dance, house dance*;

– наименование музыкальной, теле- и кинопродукции: *thriller* (триллер), *show* (шоу), *casting* (кастинг), *tv movie* (фильм), *performance* (представление), *single* (песня), *demo* (демо), *release* (релиз), *remake* (ремейк), *soundtrack* (саундтрек);

– наименование книжной продукции: *bestseller* (хорошо продающаяся книга), *copyright* (авторское право).

Третья группа, как и в русском языке, по количеству английских заимствований в испанском языке – «Мода и красота» (13,40%), к которой можно отнести следующие номинации:

– названия стилей и предметов одежды: *denim* (деним), *minishorts* (мини-шорты), *jeans* (джинсы), *cool* (классный), *shopping bag* (сумка для покупок), *fashion performance* (показ мод), *pajama* (пижама), *leggings* (легинсы), *blazer* (блейзер), *summertime* (летнее время), *hippie* (хиппи), *bandage* (повязка), *maxibag* (большая сумка), *shorts* (шорты), *pullover* (пуловер), *bodysuit* (костюм);

– наименование косметических средств и услуг: *after sun* (после загара), *spa* (спа), *botox* (ботокс), *lipstick* (помада), *anti-aging complex* (антивозрастной комплекс), *spray* (спрей), *antibotox* (антиботокс), *gel* (гель), *peeling* (пилинг), *body milk* (молочко для тела), *after-shave* (после бритья).

Четвертую тематическую группу формируют англицизмы из сферы **спорта** (12,10%): *fitness* (фитнес), *training* (тренировка), *rally* (ралли), *sprint* (спринт), *biker* (байкер), *gym* (спортзал), *surfer* (серфер), *champion* (чемпион), *break* (перерыв), *box* (бокс), *personal trainer* (персональный



тренер), *warm up* (зарядка), *skater* (скейтер), *skateboard* (скейтборд), *jumping* (прыжки), *windsurfing* (виндсерфинг), *wrestling* (рестлинг), *sprinter* (спринтер), *aerobics* (аэробика), *badminton* (бадминтон), *body-building* (бодибилдинг), *jogging* (бег трусцой) и т. д.

В пятую группу вошли заимствования из области **экономики** (9,70%): *marketing* (маркетинг), *merchandising* (мерчандайзинг), *general manager* (генеральный менеджер), *leasing* (лизинг), *broker* (брокер), *business* (бизнес), *manager* (менеджер), *sponsor* (спонсор), *stock* (сток), *consulting* (консультирование), *headhunter* (поиск сотрудников), *trading* (торговля), *dealer* (дилер), *budget* (бюджет) и т. д.

Шестая тематическая группа представлена англицизмами, относящимися к сфере **гастрономии**, что составляет 5,00%: *ketchup* (кетчуп), *cocktailman* (бармен), *curry* (карри), *diet* (диета), *grill* (гриль), *fast food* (фаст фуд), *pub* (паб), *lemonade* (лимонад), *cookie* (печенье) и т. д.

Таким образом, анализируя данные, приведенные выше, мы приходим к выводу, что и в русском, и в испанском языках наблюдается высокий процент английских заимствований, относящийся к группе «**Интернет и технологии**» – соответственно 45,30 и 44,70%. Столь очевидное преимущество количества англицизмов в данной тематической группе является закономерным явлением в условиях информационного общества, поскольку небывало высокая скорость процессов межъязыковых интеракций вызвана, прежде всего, интенсивным внедрением информационных технологий во все сферы жизнедеятельности социума и непрерывным возрастанием темпов обмена информацией. Данные процессы осуществляются по новым информационным каналам проникновения иноязычных слов из языка-донора в язык-реципиент. Изменилось средство создания и доставки сообщения от адресанта адресату, а значит, и скорость создания и доставки сообщения.

Следует также обратить внимание на то, что как в русском, так и в испанском языках велика доля английских заимствований, относящихся к группам «Музыка, искусство, кинематограф», «Спорт». Высокий процент английских заимствований в данных семантических группах можно объяснить небывалой популярностью американских видов спорта, а также всевозрастающим международным сотрудничеством в области культуры, киноиндустрии, особенно американской, и своего рода престижностью употребления англицизмов для обозначения слов, понятий и явлений, относящихся к тематической группе «Музыка, искусство, кинематограф».

Важно подчеркнуть, что лексическое заимствование, по мнению Л. П. Крысина, является первой ступенью иноязычного влияния. Фонологические, морфологические, синтаксические заимствования невозможны без заимствования лексического, без накопления в языке иноязычных

слов с одинаковыми характеристиками. Таким образом, количественные изменения, прежде всего на уровне лексики, приводят к качественным изменениям в системе взаимодействующих языков.

Суть заимствований – это привести в язык именно те слова и понятия, которые не имеют аналогов в данном языке. Поэтому на протяжении всей истории развития языка процесс заимствования иноязычных слов реализовался наравне с другими явлениями, происходящими в языке.

Однако сегодня следует обратить внимание на неконтролируемое заимствование иностранных слов, преимущественно американского происхождения, которые имеют синонимы и в русском, и в испанском языках. Важно заметить, что эти заимствования в большинстве случаев прививаются нерационально, тем самым засоряют язык, что вызывает справедливое беспокойство многих ученых. Несмотря на то обстоятельство, что издаются новые словари заимствованных слов, процесс заимствования в информационном социуме развивается с такой скоростью, что не всегда представляется возможным его проконтролировать.

С одной стороны, неконтролируемый поток заимствований связан с целым рядом экстралингвистических причин. Например, в русском языке это объясняется тем, что внедрение постсоветской России в мировую экономику, смена политической системы, стремительное развитие технологий по всему миру, а также глобальной сети Интернет привели к появлению большого количества явлений и понятий, для которых ранее в русском языке аналогов не существовало. В этой связи уместно привести слова российского лингвиста В. В. Наумова: «Язык начинает жить самостоятельной жизнью, как только он приобретает черты и свойства завершенности по отношению к конкретному периоду времени (курсив наш. – Л. С.), на которое приходится тот или иной этап языкового развития»¹⁸.

Но, с другой стороны, по мнению В. С. Виноградова, вторжение англицизмов в испанскую речь остается актуальной лингвистической проблемой, которая в последнее время приобретает политический характер¹⁹.

Безусловно, мнения ученых, приведенные выше, релевантны по отношению к русскому и испанскому языкам. И в этой связи, следует отметить, государству отводится немаловажная функция контроля по отношению к языковой политике публицистического текста, поскольку «публицистика во всех ее разновидностях – это особый способ воздействия на сознание социума. Формой воздействия является язык. <...> Особую роль средства массовой информации играют в процессе нормализации заимствованной лексики»²⁰.

Таким образом, мы можем говорить о рациональном процессе заимствований только тогда, когда в самом языке нет эквивалентов понятиям и явлениям, приходящим в данный язык. Только в



этом случае иноязычное заимствование расширяет лексическое богатство языка-реципиента и служит одним из важнейших факторов его развития.

Кроме того, языковые контакты – это прежде всего диалог, который генетически интерактивен и предполагает взаимодействие языков как процесс их существования и развития и в которых продолжается и совершенствуется языковая и культурная традиция человека.

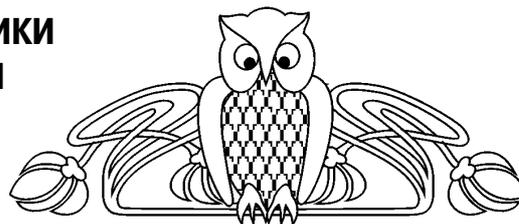
Примечания

- ¹ Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М., 1993. С. 173.
- ² См.: Шухардт Г. Избранные статьи по языкознанию. М., 2003.
- ³ См.: Бодуэн де Куртене И. Избранные труды по общему языкознанию. М., 1963. С. 363.
- ⁴ Щерба Л. О понятии смешения языков // Щерба Л. Избранные труды по языкознанию и фонетике. Л., 1958. С. 42.
- ⁵ См.: Вайнрайх У. Языковые контакты : Состояние и проблемы исследования. Киев, 1987. С. 22.
- ⁶ См.: Карлинский А. Основы теории взаимодействия языков. Алма-Ата, 1990.

- ⁷ См.: Жлуктенко Ю. Языковые ситуации и взаимодействие языков. Киев, 1989.
- ⁸ См.: Иванов В. Языковые контакты // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
- ⁹ См.: Вайнрайх У. Указ. соч.
- ¹⁰ См.: Щерба Л. Избранные труды по языкознанию и фонетике.
- ¹¹ См.: Ахманова О. Словарь лингвистических терминов. М., 2005. С. 150–151.
- ¹² Там же. С. 151.
- ¹³ См.: Internet World Stats : [сайт]. URL : <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (дата обращения: 18.06.2012).
- ¹⁴ Володарская Э. Ф. Избранные лекции по филологии. М., 2006. С. 23.
- ¹⁵ Там же. С. 20.
- ¹⁶ Тер-Минасова С. Война и мир языков и культур. М., 2007. С. 31.
- ¹⁷ Ахманова. О. Указ. соч. С. 118.
- ¹⁸ Наумов В. Государство и язык. Формулы власти и безвластия. М., 2010. С. 8.
- ¹⁹ См.: Виноградов В. Лексикология испанского языка. М., 1994.
- ²⁰ Наумов В. Указ. соч. С. 138–139.

УДК 811.112.2:070

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ТАКТИКИ ПРИЗНАНИЯ СУЩЕСТВОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ И ТАКТИКИ РАЗЪЯСНЕНИЯ (на материалах интервью А. Меркель)



Е. А. Роменская

Астраханский государственный университет
E-mail: romenskaja@inbox.ru

В статье рассматриваются коммуникативные тактики, используемые бундесканцлером Германии Ангелой Меркель при реализации информационно-интерпретационной стратегии в печатных СМИ, которые являются основным источником, удовлетворяющим информационные интересы общества.

Ключевые слова: СМИ, информационно-интерпретационная стратегия, тактика признания существования проблемы, тактика разъяснения, информация, политическая коммуникация, интервью, политический лидер, языковые средства.

Language Means of Realization of the Tactics of Recognizing the Existence of the Problem and the Tactics of Clarification (on the Materials of the Interviews with A. Merkel)

Е. А. Romenskaya

The article considers communicative tactics used by the Chancellor of Germany Angela Merkel in the process of realizing information-interpretative strategy in print mass-media which are the main source of fulfilling society information interests.

Key words: mass-media, information-interpretative strategy, tactics of recognizing the existence of the problem, clarification tactics, information, political communications, interview, political leader, language means.

Цель нашего исследования – проанализировать языковые средства, используемые немецким политическим деятелем Ангелой Меркель в своих интервью при реализации тактики признания существования проблемы и тактики разъяснения. Эта цель предполагает решение следующей исследовательской задачи: выявить языковые средства реализующие данные тактики. Материалом исследования служат тексты интервью.

Язык политиков в последнее время все чаще привлекает внимание отечественных исследователей. Политики в силу их статуса влияют на общую ситуацию в социуме и, соответственно, в определенной степени и на использование в нем языка. Известно, что многие политики отличаются значительными риторическими способностями, благодаря которым они нередко и приходят к