

**СОВРЕМЕННЫЙ ГАЗЕТНЫЙ ДИСКУРС: АНГЛИЦИЗМЫ И КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ**

DOI: [10.31618/ESU.2413-9335.2019.7.62.137](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2019.7.62.137)

*Изыумская Светлана Сергеевна*

*Канд. фил. наук, доцент кафедры теории языка и русского языка,  
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону*

*Чаава Лиана Михайловна*

*Студентка 3 курса, направление «Педагогическое образование»,  
Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону*

**MODERN NEWSPAPER DISCOURSE: ANGLICISMS AND COMMUNICATION STRATEGIES**

*Izyumskaya Svetlana Sergeevna*

*Cand. Ph.D., associate professor of the theory of language and Russian language,  
South Federal University, Rostov-on-Don*

*Chaava Liana Mikhailovna*

*3rd year student, direction "Pedagogical Education",  
Southern Federal University, Rostov-on-Don*

**АННОТАЦИЯ.**

Данная статья посвящена одной из наиболее актуальных проблем современного языкознания – соотношению понятий «англицизм», «газетный дискурс», «коммуникативная стратегия», «медиапрезентация». В центре внимания – роль англицизмов в реализации медиапрезентаций «отражение», «миф», «реконструкция», способы ввода англицизма в СМИ различной политической направленности, различные коммуникативные стратегии и тактики. Автор убедительно доказывает, что детализированный анализ функционального статуса англицизмов в русском языке, их «роли» в реализации различных тактик и стратегий помогает проникнуть в «ткань» текста, раскрыть языковую личность автора.

**SUMMARY.**

This article is devoted to one of the most urgent problems of modern linguistics – the relationship of the concepts of "anglicism", "newspaper discourse", "communicative strategy", "media presentation". The focus is on the role of anglicisms in the implementation of media presentations "reflection", "myth", "reconstruction", ways of introducing anglicism in the media of different political orientation, various communication strategies and tactics. The author convincingly proves that the detailed analysis of the functional status of anglicisms in the Russian language, their "role" in the implementation of various tactics and strategies helps to penetrate into the "fabric" of the text, to reveal the linguistic identity of the author.

**Ключевые слова:** англицизм, газетный дискурс, медиапрезентация, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика.

**Key words:** anglicism, newspaper discourse, media presentation, communicative strategy, communicative tactics.

Сегодня газетный дискурс пестрит англицизмами: «В Ростове-на-Дону прошёл «Беби-кросс» («Комсомольская правда», 24.04.2019); «Ритейлеры спасутся в Интернете» («РБК Дейли», 19.02.2019); «Управление в стиле коучинг» («Известия», 26.09.2012) и др. В «Словаре новейших иностранных слов» [3] мы находим англицизмы *ритейлер*, *коучинг*, *беби-бокс*, *беби-долл*, *беби-йога*, *беби-лифт*, *бебиситтер*, *бебиситтинг*, *беби-слинг* [3, с.53-54] и др. Англицизм «коучинг» завоевывает пространство газетного дискурса, затрагивает различные сферы российского социума: «коучинг, а, а. Инструмент личностного и профессионального развития – обучение, консультирование, направленные на раскрытие потенциала человека, достижение им поставленных целей в разных областях деятельности» [3, с.214].

Как показал материал исследования, положительные или отрицательные изменения в различных сферах современного российского общества определяют «портрет», содержательный компонент газетных текстов, которые во многом определяют мировую информационную картину. Структурирование механизма отображения СМИ действительных фактов, явлений, как отмечают исследователи,

помогает выявить «три основных типа медиапрезентаций, которые условно можно обозначить как отражение, реконструкция, миф» [1, с.44].

Неологизмы английского происхождения довольно часто являются непосредственными участниками раскрытия указанных выше типов медиапрезентаций, выступая в роли помощника автора газетного текста в вопросах раскрытия языковой картины мира, определённого реального события («отражение»), данное конкретное событие (явление, факт), опираясь на идеологическую позицию автора, изобразить в определённом (неожиданном новом ключе («реконструкция»), нарисовать с помощью разнообразных языковых красок образы, порой несоответствующие действительности («миф»).

Неологизмы английского происхождения, как показал материал исследования, нередко занимают ключевую роль в раскрытии медиапрезентации «реконструкция», которая допускает «большую свободу интерпретации со стороны СМИ: реальное событие заново «конструируется» в медийном пространстве на основе тех или иных политико-идеологических установок» [1, с.45].

Например: «Очередная отсрочка «антидефолтных» кредитных траншей ЕС связана с нежеланием официальных Афин открыть распродажу принадлежащих государству основных территорий в Эгейском море» («Завтра», №25, 2011); «Спросят: а что такое пять с половиной миллионов рублей? Да, сравнительно с теми тридцатью миллиардами долларов, в которые оценивается объём российской коррупции, - капля в море. Но ведь на ниве оной, не покладая рук, трудятся миллионы чиновников, облеченных властными полномочиями и использующих данные полномочия в целях личного и группового обогащения, а здесь - всего-то один-единственный, пусть даже «супертоповый» блоггер, и десятки тысяч людей отдадут ему свои деньги не по явному или скрытому принуждению, а добровольно, «за идею»...» («Завтра», №11(904), 2011); «Им вполне достаточно того, что их признали США, Англия и Франция - ко-спонсоры бенгазийского мятежа, а все главные лакомые куски ливийского экономического пирога уже давно разделены между союзниками» («Завтра», №36, 2011); «Раньше «...а на Чистых прудах лебедь белый плывет», а теперь – харчевня! Это же историческое место! Говоря по-нашему, *бренд*» («Аргументы и факты», №30, 2012) и др.

Неологизмы английского происхождения могут помогать автору газетного дискурса описывать конкретное явление, факт, событие, т.е. участвовать в воспроизведении медиапрезентации «отражение».

Например: «Про *селфи* и лайки без утайки» А он вам и говорит: «Сделаю *селфи-лифтолук* с *хоштегом* и наберу много *фолгеров*». *Селфи* (selfie - от англ. *Self* – лицо) – автофотопортрето, снятый на камеру мобильного телефона. *Дакфейс* (- от англ. *duck* – утка – *face* - лицо) – разновидность снимка в стиле *селфи* с так называемым утиным лицом» («Комсомольская правда», 7.08.2014).

Авторы публикаций в пространстве газетного дискурса различной политической направленности нередко обращаются к различным манипулятивным стратегиям и тактикам. При этом включение в канву газетного дискурса англицизмов способствует реализации коммуникативной стратегии «создание круга чужих» («создания образа врага»), которая может быть реализована с помощью тактики дистанцирования. Например: «Тем не менее, об одной, самой главной стороне деятельности белорусской оппозиции, здесь будет к месту поведать. Это, конечно же, выборы своего так называемого «единого» кандидата, которые весьма полно характеризуют шумных *политаутсайдеров*. Ведь это не просто своего рода ритуал с явными признаками шаманства, а настоящее демократическое действие» («Завтра», №50, 2010); «Впоследствии система распространилась в США по тем производствам, которые стояли на пороге краха. В начале 1990-х гг. русская артельная система организации производства получила там название реинжиниринг. В современной России реинжиниринг не внедряется» («Завтра», №3, 2011); «Недавно... был открыт очередной «гипермаркет» в последнем корпусе, где Римма Ивановна трудилась всю жизнь и

выросла от инженера до начальника производства» («Советская Россия», №4, 18.01.2011); «Экранизация нашумевшего бестселлера Дэвида Митчелла – фамилия обязывала написать *хоть какой-нибудь* литературный *хит* – изначально представляет собой амбициозный выплеск очередного псевдодуховного мудрствования» («Завтра», №2, 2013) и др.

Препозиция оборотов «шумных», «получила там название», «очередной», «хоть какой-нибудь» и др. актуализируют концепты «своё/чужое», «комическое/трагическое».

При манипулировании актуализироваться могут и концепты «герой/антигерой». При этом англицизм, помещённый в пейоративную синтаксическую конструкцию, выполняет ключевую манипулятивную «миссию», так как одной своей формой (символизирующей концепт «чужое») настраивает читателя на восприятие обсуждаемого образа («антигероя») в отрицательном ключе (концепт «плохо»).

Например: « «Соловьёв бультерьером рвёт глотки на своём *дог-шоу* всем критикам Горбачёва, мочась попутно в очередной раз «для злобы» на ботинок Сталина» («Завтра», №10, 2011); «Спросят: а что такое пять с половиной миллионов рублей? Да, сравнительно с теми тридцатью миллиардами долларов, в которые оценивается объём российской коррупции, - капля в море. Но ведь на ниве оной, не покладая рук, трудятся миллионы чиновников, облеченных властными полномочиями и использующих данные полномочия в целях личного и группового обогащения, а здесь - всего-то один-единственный, пусть даже «супертоповый» блоггер, и десятки тысяч людей отдадут ему свои деньги не по явному или скрытому принуждению, а добровольно, «за идею»...» («Завтра», №11(904), 2011); «Им вполне достаточно того, что их признали США, Англия и Франция - *ко-спонсоры* бенгазийского мятежа, а все главные лакомые куски ливийского экономического пирога уже давно разделены между союзниками» («Завтра», №36, 2011); «Людмила Прокофьевна Калугина - *офисная* мырма с подорванными нервами, неудачами на любовном фронте, в строгих очках и мужском костюме на каблуках» («Завтра», №13, 2011) и др.

Таким образом, англицизм в современном газетном дискурсе может участвовать в реализации манипулятивного концептуария, актуализируя оппозиции «свои/чужие», «хорошо/плохо», «комическое/трагическое», «герой/антигерой». Наибольшей продуктивностью пользуется оппозиция «своё/чужое». Она может проявлять различными манипулятивными приёмами: включением в препозицию дистанцирующих оборотов, помещением англицизма в пейоративную синтаксическую конструкцию и др.

Англицизм, включенный в газетный дискурс презрительно-саркастической тональности с использованием сниженной лексики, активно участвует в реализации манипулятивных стратегий и тактик (дистанцирование, «создание круга чужих», «создание образа врага», приём постановки в отрицательный контекст и др.). С помощью определённых манипулятивных стратегий и тактик ав-

торы стремятся актуализировать ключевые концепты, которые представляют собой «сгусток жизненного опыта, зафиксированного в памяти человека» [2, с. 127]. Детализированный анализ функционального статуса англицизмов в русском языке, их «роли» в реализации различных тактик и стратегий помогает проникнуть в «ткань» текста, раскрыть языковую личность автора.

**Список литературы:**

1. Добросклонская Т.А. Язык средств массовой информации. - М.: КДУ, 2008. – с 44-45.
2. Карасик В. И. Языковой круг: Личность, концепты, дискурс. М., 2004. – С. 127.
3. Шагалова Е.Н. Словарь новейших иностранных слов. – М.: АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2019. – 576с.