

1/2013 (17)



**ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

ТЕЗАУРУС

**Иностранные языки:
теория и практика**

Научно-методический
журнал

№ 1/2013 (17)

Выходит в свет 2 раза в год

Издатель: ООО «ТЕЗАУРУС»
Научно-исследовательское
информационно-издательское
предприятие

Главный редактор:
к.ист.н., с.н.с.
проф. Коваленко Л. В.

Редакционный совет:
к.ф.н., проф. Жаворонкова И.А.
(зам. главного редактора)
д.ф.н., проф. Кудрявцева Н.Б.
д.п.н., проф. Тарева Е.Г.
к.ф.н., проф. Нотина Е.А.
д.ф.н., доц. Шубина Э.Л.

Директор журнала:
Новицкий В. И.

Редакторы:
Крылова Н. И.
Сырцова Л. Ю.

Корректор: Ольгаина С. И.

Подготовка макета:
Свиридова О. Г.

Адрес редакции:
123242, г. Москва, Волков пер.,
дом 7/9, корп. 2
Тел. (499) 252-14-31
e-mail: tez_post@mail.ru

ISBN 978-5-98421-212-0
Подписано в печать 03.07.2013
Формат 70x100 1/16.
Печать цифр. Бумага офс. № 1.
Усл.-печ. л. 8,45. Тираж 500 экз.
Заказ № 0219

Отпечатано в типографии
издательства «ТЕЗАУРУС»
123242, г. Москва, Волков пер.
дом 7/9, корп. 2
Тел.: (499) 252 14 31

© ООО «ТЕЗАУРУС», 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИНГВИСТИКА	2
Ходькова А. П. Особенности детерминации имён частей тела в языке современной французской литературы	2
Барановская Т. А. Язык и развитие «национального духа» народа	8
Баркова Л. А. Язык газеты: сложившиеся тенденции и новые тренды	14
Савинова Е. К. Когнитологические аспекты публичных выступлений, относящихся к институциональным дискурсам бизнеса и академической среды	21
ЛИНГВОДИДАКТИКА	29
Самородова Т. О. Как учат творческой письменной речи в Британии	29
Жаворонкова А. Р. Фонетический, графический и орфографический аспекты интерференции при изучении иностранного языка	35
Костина Ю. В., Рудаковская В. А. IELTS Academic Writing module Task 2. Практические советы написания эссе в формате международного экзамена IELTS	41
Косарева Т. Б. К вопросу о тезисах	47
Улюмджиева В. Э. Формирование коммуникативной компетенции студентов в процессе обучения иностранному языку	54
Шмаль М. В., Феклистова Л. П. Лексико-грамматические средства выражения предположения на немецком языке в процессе формирования иноязычной компетенции в лингвистическом вузе	56
В ПОМОЩЬ ПРЕПОДАВАТЕЛЮ	65
Кудрявцева Н. Б. О разграничении понятий «сочинение» и «однородность» во французской грамматике	65
Орехова О. Е. Формирование языковых компетенций у студентов факультета журналистики МГИМО	71
Кашперская А. П., Шиланкова М. П. Анализ потребностей учащихся – основа формирования курса английского языка для специальных образовательных целей в свете становления ESP	76
МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ	83
Боднар С. Н. Особенности арабской и русской антропонимических систем	83
Солдатова О. С. Использование стратегии преувеличения в английской и русской коммуникативных культурах	90
Хотинская А. И. Сенсационные романы М. Брэддон как способ поликультурной коммуникации	95
АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК	103
Караулова Т. К. ...Англичане шутят ...	103

ЯЗЫК ГАЗЕТЫ: СЛОЖИВШИЕСЯ ТЕНДЕНЦИИ И НОВЫЕ ТРЕНДЫ

Л. А. Баркова

кандидат филологических наук, доцент,
профессор факультета мировой экономики и мировой политики НИУ ВШЭ

Аннотация. Данная статья посвящена анализу качественно новых лингвистически значимых явлений в языке современной газеты. Материал исследования включает газетные статьи, связанные с политической или экономической тематикой. В статье рассматриваются такие вопросы, как: избирательность в отношении использования определенных концептуальных метафор, характерных для статей данного формата; специфика использования цифр в политическом дискурсе; влияние политических деятелей на пополнение словарного запаса языка; появление и исчезновение новой лексики, так называемых «модных словечек» и крылатых выражений и факторы, влияющие на эти процессы.

Ключевые слова: язык газеты, политический дискурс, концептуальные метафоры, влияние политиков на язык, «модные слова»

Summary. The article in question focuses on new trends that emerge in present-day newspaper language. The material subjected to analysis includes newspaper articles devoted to political and economic issues. Peculiarities of newspaper language investigated in the article include: concepts of metaphorical transference of meaning typical for newspaper; specific use of figures in a political discourse; the impact of political leaders on enriching the language word stock; «buzz words» and the prospects of their staying on in the language or disappearing into oblivion.

Key words: newspaper language, political discourse, conceptual metaphors, politicians' impact on language, buzz words

На протяжении многих десятилетий язык газеты неизменно находится в фокусе лингвистических исследований. Меняются приоритетные аспекты этих исследований, появляются новые лингвистические термины (политическая лингвистика, политический дискурс [Ворошилова 2007; Полякова 2010], медиалингвистика, ме-

диатекст, медиаречь [Добросклонская 2005]), газеты активно завоевывают интернет пространство, но интерес к языку газеты не проходит. И это не случайно, поскольку газета печатная или ее электронная версия продолжает оставаться своеобразным полигоном, на котором язык испытывается в ситуациях, близких к экстремальным. В ней быстро появляются и нередко также быстро исчезают новые слова, развиваются новые значения у слов, давно находящихся в употреблении, возникают «модные словечки и словосочетания, так называемые «buzz words», становятся популярными и активными новые словообразовательные формы. Введенный в лингвистический обиход Джорджем Орвелом в романе «1984», термин «newspeak», становится предметом исследования и названием лексикографических изданий [Green 1984]. Стилистическая помета «journalism» широко используется как в репрезентативных печатных лексикографических изданиях, так и в онлайн-словарях, и указывает на то, что данная лексическая единица «родилась» на газетной полосе. Журналисты и/или лингвисты нередко ведут в газете колонку, посвященную заметным общественно значимым явлениям в области языка. Наибольшую известность в этом качестве получил Вильям Сафайер, основатель и ведущий колонки «On Language» (О языке) в Нью-Йорк Таймс Мэгазин (The New York Times Magazine). После его смерти в 2009 году признанного мэтра сменил на этом посту другой американский лингвист и лексикограф Бенжамин Зиммер, (Benjamin Zimmer) с декабря 2011 года ставший ведущим аналогичной колонки в Бостон Глоуб (The Boston Globe).

Поскольку язык газеты неоднороден, и на газетной полосе читатель имеет дело с текстами разной жанровой принадлежности, некорректно говорить о языке газеты вообще. В данной статье речь пойдет о газетных статьях, в основном в электронной

версии,
эконом
В с
показат
общепр
ристик,
стами к
и эконо
качества
мые явл
на так
ной газ
были п
вания.
Мно
СМИ, к
ВУЗах
блюден
Раб
не обр
ность
мическ
«метаф
жившем
Однако
го мас
рассмо
альност
ния кн
Лакофф
новой
ры, ста
что м
окура
метафо
ющую д
«картин
место в
ляет св
паралл
сравни
и обще
объясн
метафо
нение,
жит в ос
переос
ляется л
или раз
Особ
политич
тикой, я
раженн
определ
Очевид

тафор не является конечным и представляет собой открытый ряд. Однако анализ фактического языкового материала показывает, что достаточно легко вычлениваются наиболее популярны концепты и области-доноры, с которыми проводится сопоставление. Популярными концептами, лежащими в основе метафорического переосмысления, в статьях политической или экономической направленности являются: животный мир, спорт, болезнь, строительство, борьба. Остановимся подробнее на одном из наиболее частых концептов, лежащих в основе метафорического переосмысления применительно к данному формату, базирующемся на метафорах из мира животных. Мир бизнеса, несомненно, традиционен, но сравнивается с миром животных, что в языке отражено в ряде фразеологизмов. В обоих мирах правит закон джунглей (the jungle law), где dog eat dog (человек человеку волк), где каждая четка знает свое место у кормушки (feeding order) где, чтобы удержаться на плаву, нужно опередить своих соперников-конкурентов – be ahead of the pack (быть впереди стаи). В мире бизнеса крупные компании лидируют (hunt for predators (хищникам) и winners (стрелятникам), готовым расстрелять, подмять под себя слабого конкурента – prey (загнанную дичь). Результатом подобной «охоты» являются слипниния (merges) и недружественные захваты (takeovers).

Проводимый анализ показывает, что метафорическое переосмысление является сложным процессом, включающим в себя ряд аспектов: во-первых, это процесс, связанный с политическими или экономическими темами, во-вторых, это процесс, связанный с определенными концептуальными метафорами, в-третьих, это процесс, связанный с определенными лингвистическими средствами, в-четвертых, это процесс, связанный с определенными функциями. В статье предпринимается попытка показать, как на фоне, а точнее в недрах общепризнанных специфических характеристик, традиционно выделяемых лингвистами как существенные для политического и экономического дискурсов, появляются качественно новые лингвистические значения, а также обратить внимание на такие особенности языка современной прессы, которые, редко или совсем не были предметом специального исследования. Многолетние преподавание аспекта СМИ, как в языковом, так и в неязыковом ВУЗах позволяет сделать некоторые наблюдения.

Работа с газетными статьями, нельзя не обратить внимания на **метафоричность** текстов политической или экономической направленности. Само понятие «метафора» введено еще Аристотелем, жившем в 384-322 годах до нашей эры. Однако метафора – это явление так-то масштабное, что различные ракурсы ее рассмотрения не утратили своей актуальности и в наши дни. После появления книги Марка Джонсона и Джорджа Лаккофа [Johnson, Lakoff 1980], давшей новую импульс исследованию метафоры, ставившей в мире метафор, которые что мы живем в мире метафор, которые окружают нас повсюду. Притягательность метафоры неслучайна. Позавав окружая ющую действительность, создавая свою «картину мира», определяя собственное место в нем, человек неизбежно сопоставляет свой мир, свою «среду обитания» с параллельно существующими мирами, сравнивает как отдельные явления, так и общее устройство этих миров. Этим и объясняется как непреходящий интерес к метафоре, так и ее широкое распространение, поскольку именно сравнение является основой механизма метафорического переосмысления, независимо от того является ли этот процесс простым, сложным или разветвленным.

Особенностью статей, связанных с политическими или экономическими темами, является то, что список концептуальных метафор, связанных с политическими или экономическими темами, является не просто списком концептуальных метафор, а сложным набором метафор, связанных с политическими или экономическими темами, а также с определенными функциями. В статье предпринимается попытка показать, как на фоне, а точнее в недрах общепризнанных специфических характеристик, традиционно выделяемых лингвистами как существенные для политического и экономического дискурсов, появляются качественно новые лингвистические значения, а также обратить внимание на такие особенности языка современной прессы, которые, редко или совсем не были предметом специального исследования.

известно, «политика – это концентрированное выражение экономики», а бизнес и политика нередко тесно, а иногда неразрывно связаны между собой. Как крупные компании в мире бизнеса, так и сильные державы в политике сравниваются с predators (хищниками) и vultures (стервятниками), готовыми любыми средствами ослабить, добить и уничтожить конкурента – prey (загнанную дичь). Приведем выдержки, опубликованных в интернете фрагментов речей политических деятелей, в которых политику невозможно отделить от экономики.

В ходе предвыборной кампании Митта Ромни в Техасе в июне 2012 года один из его соперников, Рик Перри, выступил с осуждением *“vulture capitalism”* (безжалостного капитализма **стервятников**) в фирме Бэйн Кэпитал (Bain Capital), которую когда-то возглавлял будущий кандидат в президенты от Республиканской Партии в президентской гонке 2012 года.

А бывший президент Франции Николя Саркози, выступая в 2009 году в Страсбурге с обращением к Европейскому парламенту, призвал правительства участвовать в акционерном капитале крупных компаний. По его мнению, Европе необходимо создать эквивалент фондов национального благосостояния в качестве средства утращения **заморских хищников**. (governments should take shareholdings in big companies and Europe should set up equivalent of sovereign wealth funds to deter **foreign predators**) (12).

Ограниченные рамками статьи, мы не будем останавливаться на других популярных в газете концептуальных метафорах перечисленных выше. Однако необходимо подчеркнуть, что отличительной чертой языка газеты в исследуемом материале является не сам лежащий на поверхности факт метафоричности, а явно прослеживаемая избирательность в отношении концептов, используемых в качестве основы метафорического переосмысления.

Еще одной особенностью, на которую обычно не обращают внимания, можно считать активное использование цифр в политическом дискурсе. В статьях на экономические темы этот факт не заслуживал бы комментария, поскольку, оценивая какие бы то ни было показатели, (индексы

деловой активности, рост инфляции, безработицы и т. д.), без цифр не обойтись.

В политическом контексте интерес к цифрам возникает, как правило, тогда, когда речь идет о **количестве участников или формате проводимых встреч**. Именно в этих случаях на страницах газет можно встретить такие словосочетания, как: format two to two (формат «два на два»), troika (тройка), the Big Four, (большая четверка), quartet (квартет), G-8 (большая восьмерка), G-20 (большая двадцатка). Интересно отметить, что если два последних словосочетания превратились, по сути, в устойчивые и подразумевают конкретные страны-участники, то в отношении других перечисленных выше примеров, это не так.

Проиллюстрируем сказанное на примере весьма популярного в газете слова «тройка». В статье, опубликованной в газете «Гардиан» 8 февраля 2013 года, посвященной встрече европейских лидеров в Брюсселе для обсуждения сокращения бюджета Евросоюза, читаем: Hollande had made clear he wanted to challenge Britain when he led a **troika of France, Italy, and Spain** apparently resolved to resist Downing Street [Watt, Traynor 2013]. Из приведенного примера следует, что «тройка» включает Францию, Италию и Испанию, которые под предводительством французского президента намерены противостоять позиции Великобритании. Однако в июне 2012 года, когда в очередной раз решался вопрос предоставления помощи Греции, слово «troika» во фразе **the troika negotiations** относилось к другим участникам переговоров, а именно: Европейскому Союзу, Международному Валютному Фонду и Европейскому Центральному банку (EU, IMF & European Central Bank).

Обращает на себя внимание сама форма слова, используемая в англоязычных газетах. Это не английское “three”, а «troika», то есть, по сути, транслитерация русского слова «тройка», написанная латиницей. Хотя употребление данного слова в контексте газеты вряд ли приведет к недопониманию или возможности другой интерпретации, следует отметить, что для русского человека число «три» является сакральным, а тройка в русской традиции: в религии, фольклоре, литературе имеет особую и совсем иную символическую значимость.

скую значимость пользовалось, сочетания “the к участникам конференции: Черчиллю и Ф. Интересным, ки, является п одного и того ставе словосо переводится ка как **Большая** цатка – the Gr употребление предполагает з

В том случа рех участниками не говорят про бляют словосо quartet.

“In preparat the speaker ha Camp to the da addition to the “ been -included” ния переговоров ставителями Д предотвращени Спикер Палат Бенер (John V **шой четверке** 3 ключевых Ре на, Дейва Кэмп

Слово «Ква требляется дл четверки госу организаций, и средников в ур палестинского Организация С единенные Шт Россия. Достат синонимы сло Ближнему Восто dle East), Мадр группа была со де (Madrid Quar верка (the Diplo

Приведенны тверждают фа использования курсе, которые

Еще одной ка газеты явля ние лексики.

Известно, что «лексика — самый динамичный ярус языка, который быстрее и более наглядно, чем другие ярусы, реагирует на политические, социальные и экономические изменения общества». И нельзя не согласиться с Е. М. Потаповой, что связь лексики с внеязыковой действительностью еще более очевидна, когда речь идет о политическом дискурсе [Полкова 2010:57].

Экстралингвистические факторы, оказывающие влияние на изменение значения слов или появления новых лексических единиц в составе языка, достаточно многочисленны. Прежде всего, нельзя обойти вниманием роль, которую играют в этом процессе, политические деятели, фразы, даже случайно брошенная публичная личностью, а тем более из официальной речи, в силу их определенного веса в обществе, неизбегно попадает на страницы газет, тиражируется, повторяется другими. Таким образом, влияние политических образцов, повторяется в газете «Травда», политическом рупоре советской эпохи, фаворитский номер жур-

нала «Диплант» перенял эту публичную функцию, как читателями, воспринимается рассуждения Иосифа Сталина о языке сегодня [Диплант 2012].

Современные политические деятели, как наши, так и зарубежные, часто «вносят свой вклад» в пополнение лексического запаса, нередко, не желая того. Эра Горбачева заставила по-новому звучать слова «перестройка», «гласность», «ускорение», равно как и «начать», с ударением на первый слог. Эпоха Ельцина пошла страна приватизация». Вместе с Пу-

тиным в русский язык вошли среди многих других запомнившихся фраз «вертикаль власти» и необходимость «отделывать котлет». Трудно предсказать, как долго сохранятся в языке эти слова-сочетания, но можно предположить, что Черномыртинское высказывание «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

любопытнее, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

кую значимость. Английское «three» используется, однако, в составе словосочетания «the Big Three» по отношению к участникам исторической Ялтинской конференции: Иосифу Сталину, Уинстону Черчиллю и Франклину Делано Рузвельту. Интересно, с точки зрения лингвистики, является перевод на английский язык одного и того же прилагательного в составе словосочетания. *Большая Тройка* переводится как *the Big Three*, в то время как *Большая Семёрка* и *Большая Двдцатка* — *the Great 7*, *the Great 20*. Данное употребление является устойчивым и не предполагает замен.

В том случае, когда речь идет о членах участников переговорного процесса, не говорят просто «четверка», а употребляют словосочетание *the Big Four*, или *quartet*.

«In preparations for the fiscal cliff talks, the speaker has added Ryan, Upton and Camp to the daily management meetings, in addition to the “Big Four” that have already been included» [Walsh 2012]. Для ведения переговоров с Белым Домом и представителями Демократов в Конгрессе по предмету «фискального обрыва» Спикер Палаты Представителей Джон Бонер (John Boehner), добавив к *Большой четверке*, создал рабочую группу из 3 ключевых Республиканцев Поля Района, Дэйва Кампа и Фреда Алтона.

Слово «квартет» (*The Quartet*), употребляется для обозначения конкретной четверки государств и международных организаций, выступающих в роли посредников в урегулировании израильско-палестинского конфликта. В него входят Организация Объединенных наций, Европейский Союз и единичные Штаты, Европейский Союз и Россия. Достаточно часто употребляются синонимы слова «квартет»: Квартет по Ближнему Востоку (*The Quartet on the Middle East*), Мадридский Квартет, поскольку группа была создана в 2002 году в Мадриде (*Madrid Quartet*), Дипломатическая Четверка (*the Diplomatic Quartet*).

Приведенные выше примеры подтверждают факт достаточно активного использования цифр в политическом дискурсе, которые занимают в нем свою нишу. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики.

как газетный язык является постоянным обновлением лексики. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики.

как газетный язык является постоянным обновлением лексики. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики.

как газетный язык является постоянным обновлением лексики. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики. Еще одной отличительной чертой языка газет является постоянное обновление лексики.

Известно, что «лексика — самый динамичный ярус языка, который быстрее и более наглядно, чем другие ярусы, реагирует на политические, социальные и экономические изменения общества». И нельзя не согласиться с Е. М. Потаповой, что связь лексики с внеязыковой действительностью еще более очевидна, когда речь идет о политическом дискурсе [Полкова 2010:57].

Экстралингвистические факторы, оказывающие влияние на изменение значения слов или появления новых лексических единиц в составе языка, достаточно многочисленны. Прежде всего, нельзя обойти вниманием роль, которую играют в этом процессе, политические деятели, фразы, даже случайно брошенная публичная личностью, а тем более из официальной речи, в силу их определенного веса в обществе, неизбегно попадает на страницы газет, тиражируется, повторяется другими. Таким образом, влияние политических образцов, повторяется в газете «Травда», политическом рупоре советской эпохи, фаворитский номер жур-

нала «Диплант» перенял эту публичную функцию, как читателями, воспринимается рассуждения Иосифа Сталина о языке сегодня [Диплант 2012].

Современные политические деятели, как наши, так и зарубежные, часто «вносят свой вклад» в пополнение лексического запаса, нередко, не желая того. Эра Горбачева заставила по-новому звучать слова «перестройка», «гласность», «ускорение», равно как и «начать», с ударением на первый слог. Эпоха Ельцина пошла страна приватизация». Вместе с Пу-

тиным в русский язык вошли среди многих других запомнившихся фраз «вертикаль власти» и необходимость «отделывать котлет». Трудно предсказать, как долго сохранятся в языке эти слова-сочетания, но можно предположить, что Черномыртинское высказывание «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-прежнему являются популярными фразами, а также «хотели как лучше, а получилось как всегда», по-

видимому, останется в русском языке хотя бы потому, что адекватно отражает и применимо ко многим ситуациям российской действительности. О влиянии на язык политических лидеров на пост советском пространстве интересно пишет Мишель Берди [Berdy 2010:210-232].

Не отстают от российских политиков их английские и американские коллеги. Высказывания, сделанные некоторыми из них еще в 20 веке, разошлись на цитаты и до сих пор повторяются политиками сегодняшнего дня. В качестве примера приведем слова Уинстона Черчилля, автора выражений «железный занавес» ("iron curtain") и «холодная война» («cold war»), высказанные в адрес России. I cannot forecast to you the action of Russia. It is a riddle wrapped in a mystery inside an enigma (Я не могу предсказать действия России. Это загадка, окутанная тайной, спрятанная в секрет) [Broadcast talk, 1 Oct. 1939].

Прославившийся многочисленными словесными и не только публичными «ляпами» бывший американский президент Джордж Буш-младший пополнил английский язык фразой, которая продолжает жить в пародиях и карикатурах «читайте по губам!» ("read my lips!").

Весьма показательна в плане влияния политических деятелей на английский язык последняя избирательная кампания по выбору президента США в 2012 году. Она наглядно демонстрирует, что процесс неожиданного выдвигания вперед той или иной лексической единицы практически невозможно прогнозировать, как и то, насколько долго эта лексика останется популярной, когда окажется на периферии языка, перейдет в разряд «историзмов» или вообще выйдет из употребления. Американский лексикограф Орин Харгрейвз в статье, которую можно перевести «Пиарясь, чтобы победить», анализирует дебаты между президентом Бараком Обамой и его соперником от Республиканской партии Миттом Ромни с лингвистической точки зрения [Hargraves 2012]. Автор обращает внимание не только на сами слова и фразы, которыми обменивались претенденты на пост в Белом Доме, но и количественный аспект использования лексических единиц. Дебаты проходили в три этапа. Первый этап касался в основном экономики. Не удивительно поэтому,

что среди первых трех тысяч слов ключевым оказалось слово «налоги» (taxes). Удивительным было то, что за сравнительно небольшой промежуток времени Ромни употребил его 60 раз, а Обама – 29. В ходе дебатов действующий президент 9 раз употребил слово "loophole" (лазейка, уход от налогов), в то время как претендент на должность президента вообще не упоминал этого слова. У Ромни вызвало опасение, так называемое, "**trickle-down** government". Ромни реанимировал термин trickle-down theory – «теория просачивания» благ сверху вниз. Основная идея этой теории состоит в том, что предоставление финансовых преимуществ (налоговых льгот или других экономических выгод) крупному бизнесу, в конечном счете «просочится», дойдет до малого бизнеса и потребителей и окажется благотворной для низов. Впервые термин прозвучал еще в 1896 году в речи Демократического кандидата в президенты Уильяма Дженнингса Брайана и интерпретировался как нечто положительное. Однако Ромни ухитрился придать словосочетанию **trickle-down** government резко отрицательный смысл.

I am concerned that the path that we're on has just been unsuccessful. The president has a view very similar to the view he had when he ran four years , that a bigger government, spending more, taxing more, regulating more – if you will, **trickle-down government** – would work. (Меня беспокоит тот факт, что путь, по которому мы идем, не принес успеха. Сегодня взгляды президента такие же, как и четыре года назад. Он считает, что расширенный состав правительства, которое будет больше тратить, взимать больше налогов, шире использовать функцию регулирования, извините, так называемое «просачивающиеся» правительство, будет работать).

Еще одно, далеко не самое частотное по употреблению в английском языке слово, ставшее одним из ключевых в дебатах и активно обсуждавшееся в прессе в ходе президентской кампании 2012 года в США, слово "**entitlement**". Весьма подробный анализ трансформации значения этого слова и его дериватов дает Марк Либерман [Liberman 2012]. Как глагол с достаточно узким значением «предоставлять законное право на владение, при-

вилегию, особенно существует и р с 16 века. Как п ствительное с т ное право на или нейтральн долго появилось Мировой войны привилегий для десятилетия г требляться сло **programs** в е как четко проп ваемые Федер включающие в ного обеспечен ветеранов, мал Следует отмети ночная составл значении слова положительная на правительств ательная – дл легии не распр ательная отно **entitlement** выю ниях к избирате в его выступле «законное прав менилось на «n illegitimate claim ское общество и society" и "orro пление о том, ч надлежит к пере которые убежд обязано предо обслуживание, е не сходила со с канской, но и ми Однако во в ствующий прези ворил об entitle всего две прави исключительно цев (Social Secu Ромни поспеш собственн вы нился за сказан что словосочета которое время с нием», своеобраз всем американ в средствах мас час оно постеле

туальность и, по-видимому, скоро будет представлять только исторический интерес, став примером «слов-однодневок».

Говоря о новых трендах, нельзя обойти внимание постоянно возникающие, и иногда быстро исчезающие, неологизмы, модные словечки и словосочетания, так называемые «buzz words». Они также, пусть ненадолго, вносят свою лепту в пополнение словарного запаса и активно используются на страницах газет. Причиной их появления являются, как правило, экстралингвистические факторы. При этом следует отметить, что газетная публикация может выступать как в роли «места рождения» подсобных фраз, так и в роли популяризатора. Примером последнего может служить метафорическое устойчивое словосочетание «черный лебедь» (black swan). Авторство этой фразы приписывается [Taleb 2008], утверждавшему, что ситуация на бирже непредсказуема и может быть подвержена влиянию неожиданных, даже редко происходящих событий. Эта идиома может употребляться самостоятельно как исчисляемое существительное и как определение в составе фразы **black swan event**. Событие, которое может быть описано с помощью этого определения должно отвечать следующим критериям: быть явлением крайне редким, неожиданным и иметь далеко идущие последствия. Конкретными классическими примерами таких событий можно считать теракты 11 сентября 2001 года в США, вошедшие в историю как «9/11» и мировой финансовый кризис 2008 года. В настоящее время эта идиома чаще всего употребляется в связи с последствием финансового экономического кризиса. Имя мирового аналитики ввели в обиход еще одну идиому «grey swans» («серые лебеди»), построенную по аналогии с «black swans» для описания **ожидаемых событий**, которые могут иметь чрезвычайные последствия, хотя некоторые считают такой поворот маловероятным. К этой группе относятся появившиеся в конце 2012 года словосочетание «fiscal cliff» (финансовый/фискальный обрыв), описывающее ситуацию, которая могла возникнуть в связи с тем, что с января 2013 года автоматически должны были перестать

выигрывать, особое отношение» и т.д. оно существует и регистрируется в словарях с 16 века. Как производное от него существует в том же значении «закон-стипендия» с положительной коннотацией оно появилось в газетах после Второй мировой войны в связи с осуждением привилегий для ветеранов войны. В семидесятые годы прошлого века стало употребляться словосочетание «**entitlement programs**» в его современном смысле как четко прописанные льготы, выплаты, включение в себя программ социальное обеспечение, страховая медицина, ветеранов, малоимущих и тому подобное. Следует отметить, что эмоционально-оценочная составляющая, содержащаяся в значении слова, претерпела изменения: положительная – для тех, кто имеет право на ответственную выплату, и отрицательная – для тех, на кого эти привилегии не распространяются. Резко отрицательное отношение к самому понятию **entitlement** высказывал в своих обращениях к избирателям Митт Ромни. По сути, в его выступлении значение **entitlement** («законное право» (a legitimate claim) изменилось на «незаконную претензию» (an illegitimate claim). Он разделил американское общество на две группы: «entitlement society» и «opportunity society». Его выступление о том, что 47% американцев принадлежат к первой группе «нахлебников», наделало много шума. Ромни подчеркнул, что правительство обязательно должно предоставлять им медицинское обслуживание, еду, жилье, – долгое время не входила в страну не только американской, но и мировой прессы.

Однако во время дебатов, когда действующий президент Обама первым затронул тему **entitlement**, имея в виду, прежде всего две правительственные программы (Social Security and Medicare), мистер Ромни подчеркнул и даже назвал, что собственная выказывания и даже назвали за сказанное. Интересно отметить, что словосочетание «the 47 percent» на него не повлияло. Ромни подчеркнул, что собственная выказывания и даже назвали за сказанное. Интересно отметить, что словосочетание «the 47 percent» на него не повлияло.

х тысяч слов к лю-
«налоги» (taxes).
то, что за сравни-
омежуют времени
раз, а Обама – 29.
взятый президент
«porphole» (лазейка,
время как претен-
дента вообще не
У Ромни вызвало
мое, «**trickle-down**
ваннировал тер-
«теория просачи-
з. Основная идея
ом, что предостав-
имущества (налого-
экономических вы-
в конечном счете
стало малотрудной
формин прозвучал
демократического
Уильяма Джен-
лтиповался как
днако Ромни ухи-
очетанию **trickle-**
отрицательный
не path that we're
essential. The presi-
lar to the view he
that a bigger
ore, taxing more,
will, **trickle-down**
к. (Меня беспо-
то которому мы
Сегодня взгляды
и четыре года на-
ирипный состав
будет больше
налогов, шире
перулирование,
е «просачиваю-
ет работать».)
амое частотное
ском языке сло-
ючевых в деба-
еся в прессе в
ании 2012 года
т. Вскоре под-
иции значения
ов дает Марк
Д. Как глагол с
ем «предостав-
вание, при-

действовать налоговые льготы и ряд бюджетных программ. По пессимистическому сценарию предполагалось, что, если Республиканцам и Демократам не удастся договориться и избежать фискального обрыва, американская экономика могла недосчитаться 3,8% ВВП.

Интересно отметить, что как только Америке удалось отойти от края «финансового обрыва», (представители двух партий сумели найти компромисс), газета «Гардиан» опубликовала статью под заголовком *Fiscal cliff tops list of language abuses*. (Фраза «финансовый/фискальный обрыв» открывает список примеров злоупотребления языком) [Flood 2013]. Лексика, по тем или иным причинам вызывающая недовольство носителей языка, заслуживает быть предметом специального исследования и поэтому остается за пределами данной статьи. Ограничимся лишь замечанием, что в штате Мичиган ежегодно составляется список «слов, которые следует изгнать из нормативного английского языка за некорректное употребление, чрезмерное злоупотребление или совершенную бесполезность».

Трудно предсказать дальнейшую судьбу «buzz words». Некоторые из них, например словосочетание «grey vote» и его производное «grey voters», появившиеся в языке относительно недавно для обозначения пожилых людей, особенно старше 55, которые, как правило, активно голосуют на выборах, широко употреблялись в американской прессе, освещавшей президентскую кампанию 2012 года. Частотной оказалась еще одна лексическая единица, связанная с выборами: «overvote», описывающая ситуацию, когда избиратель голосует за большее количество кандидатов, чем регламентировано законом о выборах. У этой лексики, по видимому, есть шанс остаться в языке, поскольку они занимают свою нишу и могут быть востребованы всякий раз, когда речь идет об избирательной кампании. Можно предположить, что у слова «birther» и его производного «birtherism», не сходявших с газетной полосы в 2011 году, иные перспективы. Исчисляемое существительное «birther» обозначает человека, подвергаю-

щего сомнению факт рождения президента Обамы в США. Эта тема в преддверии президентских выборов широко дискутировалась в прессе, поскольку сомневающиеся недоброжелатели утверждали, что в таком случае, согласно американскому законодательству, Обама не имеет права баллотироваться в президенты. Представляется, что на сегодняшний день эта тема утратила актуальность, а следовательно, отпала необходимость в использовании связанной с ней лексики.

Разумеется, список «buzz words» не ограничивается приведенными выше примерами, которые наглядно показывают связь появления новой лексики и ее закрепление в составе языка с экстралингвистическими факторами.

Итак, мы наметили лишь некоторые, не получившие пока широкого освещения отличительные черты языка газеты в его двух ипостасях: политическом и экономическом дискурсах. Представляется, что данная проблематика заслуживает более фундаментального исследования.

Литература

1. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. Вып. 3(23). Екатеринбург, 2007. – С. 73-78.
2. Дилетант 2012. – <http://www.diletant.ru/articles/909377/>
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288с.
4. Полякова В. М. К вопросу об особенностях политического дискурса в языковой картине мира // Филологические науки в МГИМО. Сборник научных трудов № 40 (55). – МГИМО-Университет, 2010 – с.52-62
5. Berdy Michele. A. The Russian Word's Worth. – Glass Publishers 2010. – 496 с.
6. Campbell Alaster. Don't be afraid of Rupert Murdoch. – The New York Times, August 5, 2007. http://www.nytimes.com/2007/08/05/opinion/05campbell.html?_r=0 retrieved 20.03 2013
7. Flood Alison. Fiscal cliff tops list of language abuses. <http://www.guardian.co.uk/books/2013/jan/02/fiscal-cliff-language-abuses-michigan>. Retrieved 08.01 2013
8. Green Jonathon. Newspeak a Dictionary of jargon. – Routledge & Kegan Paul plc, 1984. – 263 с.

КОГНИТИВНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛЕКСИКИ В ИНТЕРНЕТЕ

Аннотация

В статье рассматриваются факторы, влияющие на формирование лексики в интернете. В формате публикации в конференциях и журналах бизнеса для начинающих коммуникаторов ряд типовых факторов, используемых в качестве примеров, как данная роль информации, ее оптимальное использование инструментов и методов, вписывающихся в институциональную успешную модель. Эффективность и важность вложения ресурсов в информационные технологии, с точки зрения ожиданий слушателей, ряд рекомендаций, которые могут быть использованы студентами и исследователями профессионального и академического уровня, уделяется неограниченного внимания их умениям в данной ситуации и стилизации в соответствии с институциональными требованиями, которыми руководствуются.

Ключевые слова

публицистика, эффективность, институциональный интеллект.

Summary

study of effective communication in the format of conferences and business journals, the factors that influence the formation of