

Présent создаёт эффект репортажа с места событий, эффект присутствия, приближает читателя к героям событий: *Le 6 aout, puis le 9 aout 1945, les USA prennent la responsabilité devant l'histoire de rayer de la carte Hiroshima et Nagasaki.*

В заголовках настоящее время используется для обозначения законченного действия, имевшего место в прошлом, но соотносящегося с настоящим. В заголовках такого типа глагол в *Présent* несёт большую композиционную нагрузку и является центральным элементом ремы: *Pékin laisse sa monnaie se déprécier, inquiétudes en Occident.*

Наряду с *Présent* во французском языке прессы в повествовательной функции также может употребляться и *Futur Simple*. В данном стилистическом употреблении это время становится синонимом прошедших времён. Стилистический эффект употребления *Futur Simple* в повествовательной функции состоит в том, что мы можем представить факты прошлого как бы в перспективе: *Et ce que devait arriver arriva. Les deux « étrangers » de la Juve à Platini et Bonick, à force de donner le tournis, trouveront la brèche.* Из этого примера также видно, что *Futur Simple* в повествовательной функции нередко употребляется вместе с *Passé Simple*: *Puis on vint au débat... Ils se forseront, ils iront de leur question sur la France, l'emploi, l'école libre.*

Для французских публицистических текстов характерны пассивные конструкции, в основном, для заголовков. Как правило, превалируют результативные глаголы, которые употребляются в *Présent* и *Passé Composé*: *Alors que la Belgique connaît elle-aussi un pic de pollution, la vitesse à l'intérieur de la capitale Bruxelles a été limitée à 50 km / h sur l'ensemble des axes.*

В публицистическом тексте отмечается широкое употребление безличных конструкций типа *il faut*: *Lorsque les choses n'ont pas d'utilité, il vient un moment où il faut les supprimer.*

В ходе изучения французских публицистических текстов нами были выявлены примеры употребления глаголов в условном наклонении в простом предложении: *SFR-Numericable: ce qui changerait pour le consommateur.* В данном примере в заголовке публицистического текста *Conditionnel* служит для выражения предполагаемого действия, зависящего от реализации условия.

Среди неличных форм глагола наиболее часто употребляется *Participe Passé* в самостоятельной функции, т. е. как отглагольное прилагательное: *Nantes touché... Coulé?.* В данном заголовке в *Participe Passé* употреблены переходные глаголы, которые приобретают пассивное значение.

В ходе анализа публицистических текстов отмечено частое употребление наречий на *-ment*: *Les jeunes qui n'ont pas encore fait réellement l'expérience du marché du travail... .*

Заключение. Публицистический текст — связанный знаковый комплекс, ориентированный на взаимодействие автора с массовой аудиторией для обмена актуальной социальной информацией, представлениями, мнениями, максимально актуализирующий потенциал текстовой динамики. Особенностью грамматической организации французского публицистического текста в сети Интернет является специфическое употребление некоторых самостоятельных и служебных частей речи, а также детерминантов (артиклей).

Список цитируемых источников

1. Le Figaro [Электронный ресурс] : сайт. URL: <http://www.lefigaro.fr> (дата обращения: 25.04.2015).
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : Наука, 1981. 293 с.

УДК 800

В. А. Жуковская

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ИНОСТРАННЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ТЕКСТАХ АНГЛОЯЗЫЧНОГО МЕДИАДИСКУРСА

Введение. Английский язык, имеющий многовековую историю, не раз подвергался в той или иной степени иноязычным влияниям. Причиной тому может послужить тот факт, что носители данного языка в разные периоды своего существования вступали в многообразные по форме, продолжительности и результатам связи с носителями иных языков. Результат таких связей напрямую отразился на языке, в результате чего появилось огромное количество заимствованных слов. В английском языке заимствования составляют неотъемлемую часть лексического состава языка. Следует отметить, что процесс заимствования не прекращается и в настоящее время. Безусловно, с развитием интернет-ресурсов и социальных сетей английский язык претерпел некоторые изменения, о чём так или иначе свидетельствуют новые слова, которые нашли своё применение во многих сферах жизни.

С помощью различного рода периодических изданий можно проследить языковые процессы, происходящие в том или ином языке: появление неологизмов и профессионализмов, употребление заимствованных слов. Медиадискурс является наиболее реальным отображением процессов, которые происходят в современном языке. Все те изменения, которые претерпевал язык, можно выявить с помощью детального изучения газет и журналов. Медиадискурс проникает во все типы институционального и обиходного общения благодаря его тематической неограниченности, жанровому своеобразию и стремлению уловить в условиях быстро меняющегося мира даже самые незначительные проявления вариативности лексики. Содержание передаваемой в медиадискурсе информации, обстоятельства, в которых происходит коммуникация, выполняемые данным видом дискурса функции определяют особенности использования языковых средств, в том числе заимствований.

Актуальность данного исследования обусловлена тем фактором, что дискурс средств массовой коммуникации является наиболее значимым, отражающим самые последние тенденции и феномены социальной реальности. Современные британские периодические издания не могут игнорировать заимствованные слова, и значительный интерес представляют те языки, из которых взяты ведущие лексические единицы, употребляющиеся в медиадискурсе. Соответственно, цель данной работы заключается в выявлении особенностей использования заимствованной лексики в англоязычном медиадискурсе. Объектом исследования является заимствование как лингвистическое явление. Предметом исследования выступают иностранные заимствования в англоязычных периодических изданиях. В ходе исследования были использованы следующие методы: этимологический, контекстуального анализа, сплошной выборки.

Основная часть. Заимствования в разных языках по-разному влияют на обогащение словарного состава. В одних языках они не привели к существенным изменениям, в других — в разные исторические эпохи оказали столь существенное влияние на состав языка, что даже служебные слова, как, например, местоимения, предлоги, заимствованные из других языков, вытесняли исконные служебные слова [1].

Словарный состав современного английского языка представляет собой огромное количество слов, которые перешли из французского, итальянского, немецкого, скандинавского и ряда других языков. Следует отметить, что современный английский язык сформировался в результате двух национальных катастроф — римского нашествия и нормандского завоевания — и представляет собой, по сути, смесь языков завоевателей. По этой причине английский язык можно назвать «гибридным языком» [2]. Лингвисты утверждают, что словообразовательная способность английского языка начала затухать в связи с той лёгкостью, с которой этот язык обращается к другим языкам в случае необходимости обозначения нового понятия. Соответственно, заимствование играет очень важную роль в становлении английского языка. Особенность английского словарного состава проявляется и в том, что в нём содержится до 70% слов, заимствованных из других языков [3].

В ходе выполнения исследования материалом для анализа послужили статьи из англоязычной прессы — авторитетных газет “Financial Times” [4], “Daily Express” [5], “The Daily Telegraph” [6], “The Guardian” [7]. Нас интересовала актуальная роль заимствований в медиадискурсе, соответственно, для анализа были избраны только статьи за 2015 г. Методом сплошной выборки были отобраны заимствованные слова, использованные в статьях различной тематики. Этимология отобранных единиц была проанализирована и определена с помощью этимологического словаря Д. Харпера [8].

В ходе исследования было выявлено, что наибольшее количество заимствованных слов принадлежит рубрике «Искусство» (32% лексических единиц), так как почти все британские периодические издания публикуют новости по данной теме: *Andrew Stenson reduces the sweet tenorino Beppe to comic caricature* [9]. Слово *caricature* произошло от итальянского *caricatura* ‘сатирическая картина, преувеличение’. Среди заимствований, принадлежащих области искусства, есть слова из немецкого языка: *That’s reason enough to perform Pli selon pli, widely viewed as a masterpiece* [10]. Слово *masterpiece* образовано от немецкого *meisterstück* ‘пробная работа на звание мастера’. Примечательно, что преобладающее количество лексических единиц, связанных с областью искусства, а именно с литературой, живописью, музыкой, театром и архитектурой, заимствованы из итальянского языка.

Современные англичане активно интересуются экономическим положением дел не только в своей стране, но и за рубежом. Соответственно, экономические новости очень популярны в британских изданиях. Официальный характер изложения является особенностью медиадискурса, поэтому в данном виде дискурса широко используются заимствованные экономические термины (29% лексических единиц от общего количества заимствований): *The country accounted for 52 percent of the company’s revenue last year* [11]. Слово *revenue* походит от французского *revenue* ‘доход’.

Среди экономических элементов используются слова для номинации отсутствующих в языке реципиенте предметов и понятий: *...the ruble is greatly influenced* [12]. Слово *ruble* произошло от древнерусского *rubiti* ‘рубить, резать’. Данное понятие обозначает оригинальную металлическую валюту России.

Рассмотрение статей в исследуемых публицистических изданиях дало основание утверждать, что большинство экономических терминов заимствуется из латинского и французского языков. Например, *consumption* (лат. *consumptio* ‘используя до истощения’), *inflation* (лат. *inflationem* ‘дуновение ветра’), *invoice* (фр. *envois* ‘отправка товаров’), *asset* (фр. *assez* ‘компенсация’).

Новости мирового сообщества являются весьма популярными у читателей. Примечательно, что в указанной области журналисты достаточно часто обращаются к заимствованиям (15% слов от общего количества заимствований): ...*buffalo population was also incongruent with rising beef exports* [13]. Слово *buffalo* образовано от португальского *bufalo* 'дикий бык'.

Одна из функций медиадискурса заключается в информировании масс о политической обстановке в мире. В связи с этим британские периодические издания широко используют политические термины, среди которых встречаются заимствования (14% лексических единиц): *It is not helpful to the public debate to pretend that raising such sums is easy, certain or necessarily painless* [14]. Слово *debate* произошло от французского *debat* 'дискуссия'.

Медиадискурс играет важную роль в распространении достижений науки и техники. Общество проявляет интерес к научным открытиям, которые транслируются и популяризируются на страницах современных изданий. Чтобы максимально точно описать научные события в мире, журналисты используют заимствованные слова. В процессе исследования было выявлено 10% заимствованных слов, которые описывают реалии из области науки и техники: *Entomologist came across caterpillar with four filaments in south Peru* [15]. Слово *entomologist* походит от греческих *entomon* 'насекомое' и *logia* 'изучение'.

Заимствование иностранной лексики в британских газетных публикациях обусловлено не только исторически сложившимися фактами, но также различными изменениями общественно-политических условий и актуализацией общественно-политических реалий, для которых в английском языке либо не было адекватных обозначений, либо существующие обозначения по тем или иным причинам не устраивали носителей языка.

Проанализировав все заимствованные лексические единицы в исследованных текстах медиадискурса, мы определили, что на французский язык как источник заимствований приходится 29% слов, на латинский язык — 27, итальянский — 20, греческий — 10, испанский — 5, португальский — 5, немецкий — 2, русский — 2%. Как видно, преобладающее количество заимствований появилось из французского и латинского языков, а наименьшее число заимствований представлено лексикой из немецкого и русского языков.

Заключение. В ходе исследования выяснилось, что в англоязычных периодических изданиях активно используется заимствованная лексика. Большая часть заимствований в медиадискурсе используется для номинации отсутствующих в языке-реципиенте предметов и понятий, представляющих собой экономические, политические, искусствоведческие и другие термины. Понимание истоков заимствованной лексики и причин заимствования помогает адекватно использовать и оценивать употребление заимствований в средствах массовой информации.

Список цитируемых источников

1. Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов. М. : Наука, 1982. 136 с.
2. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Высш. шк., 1986. 295 с.
3. Лотте Д. С. Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов.
4. Financial Times [Electronic resource]. URL: <http://www.ft.com> (date of access: 12.05.2015).
5. Daily Express [Electronic resource]. URL: <http://www.express.co.uk> (date of access: 30.04.2015).
6. The Daily Telegraph [Electronic resource]. URL: <http://www.telegraph.co.uk> (date of access: 05.05.2015).
7. The Guardian [Electronic resource]. URL: <http://www.theguardian.com> (date of access: 23.04.2015).
8. Harper D. Online etymology dictionary [Electronic resource]. URL: <http://www.etymonline.com> (date of access: 30.08.2015).
9. The Guardian [Electronic resource].
10. Daily Express [Electronic resource].
11. Financial Times [Electronic resource].
12. Daily Express [Electronic resource].
13. The Guardian [Electronic resource].
14. Daily Express [Electronic resource].
15. The Daily Telegraph [Electronic resource].

УДК 81.271.2

М. В. Журко

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНОГО КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕВЕДУЩИХ

Введение. Изучение коммуникативного поведения разных народов позволяет выделить расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и выражающееся в непонимании, неадекватной интерпретации или прямом отторжении той или иной коммуникативной нормы или традиции народа представителем гостевой