

6. Стивен Дж. С., Бук Г. И.. Преимущества EQ. Эмоциональный интеллект и ваши успехи. М. : Баланс Бизнес Букс, 2007. 384 с.
7. Steiner K. Achieving Emotional Literacy. NY. : Avon Books.

References

1. Balashov D. M. Sergiy Radonezhskiy. M. : AST, 2010. 496 p.
2. Genneken E. Opyt postroyeniya nauchnoy kritiki: Estopsikhologiya. Per s fr. 2nd ed. M.: Knizhnyy dom «Librokom», 2011. 128 p.
3. Krasavskiy N. A. Kontsept «radost'» v russkoy lingvokul'ture (na materiale slovarnykh statey i assotsiativnogo slovarya) // Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta, 2010. № 5 (49). pp. 4-7.
4. Maslova V. A. Parametry vyrazitel'nosti teksta // Chelovecheskiy faktor v yazyke: Yazykovyye mekhanizmy ekspressivnosti / [V. N. Teliya, T. A. Grafova, A. M. Shakhnarovich i dr. ; Otv. red. V. N. Teliya] ; AN SSSR, In-t yazykoznaneya. M. : Nauka, 1991. pp. 179–205.
5. Pskovo-Pecherskiy Paterik. Zhizneopisaniya svyatykh Pskovo-Pecherskikh. Izd-ye Svyato-Uspenskogo Pskovo-Pecherskogo monastyrya, 2008. 72 p.
6. Stiven Dzh. S., Buk G. I. Preimushchestva EQ. Emotsional'nyy intellekt i vashi uspekhi. – M.: Balans Biznes Buks, 2007. 384 p.
7. Steiner K. Achieving Emotional Literacy. NY. : Avon Books.

Статья поступила в редакцию 01.10.2021; одобрена после рецензирования 08.11.2021; принята к публикации 30.11.2021.

The article was submitted 01.10.2021; approved after reviewing 08.11.2021; accepted for publication 30.11.2021.

Научная статья
УДК 81'373
doi: 10.21672/1818-4936-2021-80-4-143-147

ИНОЯЗЫЧНАЯ ЛЕКСИКА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕЧИ

С.Б. Зверева

Астраханский государственный университет, Астрахань, Россия, stella-zvereva@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу иноязычной лексики в дискурсивном поле отечественного телевидения. Профессиональная телевизионная речь рассмотрена через призму содержательно-тематических групп заимствованных неониминаций, связанных с прагматическими и аксиологическими установками российских телеканалов.

В статье выделены содержательно-смысловые группы неониминаций, присущие современному телевизионному эфиру и во многом влияющие на состояние современного русского языка. Функционирование неониминаций в телевизионном дискурсе рассматривается на материале телевизионной речи журналистов федеральных и региональных телеканалов новейшего периода.

Ключевые слова: иноязычная лексика, телевизионная речь, неониминации

FOREIGN LANGUAGE VOCABULARY IN PROFESSIONAL TELEVISION SPEECH

S.B. Zvereva

Astrakhan State University, Astrakhan, Russia, stella-zvereva@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of new foreign language vocabulary in the discourse field of Russian television. Professional television speech is considered through the prism of content-thematic groups of borrowed neonominations associated with the pragmatic and axiological attitudes of Russian TV channels.

Highlighted the content-semantic groups of neonominations inherent in modern television broadcasting and largely influencing the state of the modern Russian language. The functioning of neonominations in television discourse is considered on the basis of the television speech of federal and regional TV channels of the latest period.

Keywords: borrowed vocabulary, television speech, neonominations

Современная телевизионная речь чрезвычайно динамично пополняется иноязычными неологизмами, что в значительной степени детерминировано историческими и общественно-политическими изменениями, социальной дифференциацией участников коммуникационного процесса, научно-техническим прогрессом и глобализацией. Слова иноязычного происхождения активно осваиваются языком-реципиентом и включаются в его систему. Исследование наиболее частотных иноязычных неологизмов, пришедших в медиаполе последних лет, позволяет получить релевантную информацию о состоянии языковой культуры социума, поскольку речь телеведущих отражает приоритеты общественного развития. Стремительное движение к западным образцам, интеграция в глобальное информационное пространство существенно повлияли на усиление потока заимствованных слов, хлынувшего на телевидение.

Освоение носителями русского языка лексического пространства англоязычного социума характеризуется увеличением количества англицизмов и расширением тематических сфер их употребления. Среди них выделяются сфера науки и технологий, Интернет, наименования предметов быта, индустрии моды, а в последнее время в связи с наступлением эпохи пандемии и постпандемии наблюдается увеличение заимствованных медицинских неологизмов. При этом все многообразие иноязычных неологизмов активно используется в профессиональной телеречи.

Цель статьи состоит в анализе иноязычных неологизмов русского языка, функционирующих в современном телевизионном дискурсе. Поставленная цель определила рассмотрение отдельных групп иноязычных неологизмов с точки зрения содержательно-тематических характеристик, а также с точки зрения наличия, интеграции и адаптации заимствований. Основными методами исследования стали дискурсивный анализ профессиональной телевизионной речи журналистов федеральных и региональных телеканалов, предоставляющий возможность вычленивть иноязычные неологизмы в речи дикторов и ведущих; методы классификации и систематизации, лингвистического анализа.

Системное изучение иноязычных неологизмов как отдельной разновидности новой лексики позволит получить ответ на ряд вопросов, связанных с тем, каким образом меняется лексический состав языка с течением времени. Профессиональная телеречь отражает программную политику телевизионных медиа и одновременно является показателем нравственного уровня общества, определяет соответственно и уровень медиакультуры.

Будучи функционально активными, иноязычные неологизмы выполняют в современной телевизионной речи разнообразные функции. Особого исследовательского внимания в контексте данной статьи заслуживают те, которые связаны с новшествами в различных сферах жизнедеятельности человека. Они позволяют достигать определенного эффекта и затрагивают надсмсловые пласты коммуникативного процесса.

Рассмотрим основные функции заимствованных неологизмов в телевизионной речи. Во-первых, иноязычная лексика служит демонстрацией компетентности диктора, ведущего, журналиста, участника программы. С одной стороны, повышенная «престижность» в восприятии аудиторией иностранного слова способствует возникновению доверия и уважения к человеку, который обращается с экрана к аудитории. С другой стороны, при этом можно наблюдать значительное количество случаев спекулятивного использования в профессиональной телевизионной речи экзотической внешней формы слова и часто неясной для получателя информации его внутренней формы. Модные иноязычные неологизмы позволяют создавать необходимое впечатление.

Во-вторых, очевидной является аттрактивная функция, обеспечивающая привлечение внимания аудитории за счёт экспрессивности заимствованных лексических элементов. Эффект аттракции выступает одним из часто используемых приемов в развлекательных, молодежных телепрограммах, ток-шоу.

В-третьих, иноязычные неологизмы выполняют функцию коммуникативной подстройки под отдельные сегменты аудитории. На фоне телевизионной речи, предназначенной для массовой аудитории, выделяются элементы звучащих телевизионных текстов, которые можно условно назвать специализированными (обзоры новинок и рекомендации по выбору компьютерной и иной техники, передачи о моде, косметологии). Телевизионная речь, включенная в эту группу, насыщена иноязычными неологизмами. Они объединяются в особые тематические блоки, при этом создаётся особая стилистика в нише «для посвященных». Так достигаются две цели: объединение локальной аудитории по параметру компетенции и речевая экономия (реализация компрессивной функции).

Профессиональная телевизионная речь активно пополняется иноязычными неонаминациями в связи с общими процессами глобализации практически во всех сферах жизнедеятельности современного общества. Иноязычная лексика в речи телеведущих и журналистов популярных российских телеканалов свидетельствует об особой редакционной политике, которая направлена на стремление СМИ идти в ногу со временем. Употребление иноязычных слов в узкоспециализированных и молодежных программах – это естественное желание соответствовать уровню аудитории и обеспечивать эффективную коммуникацию. Владение значительным объемом иноязычной лексики является одним из признаков профессионализма тележурналиста.

В русскоязычный телевизионный дискурс регулярно попадают заимствованные неонаминации, естественным образом связанные с актуальной повесткой дня. Отдельные лексемы остаются в профессиональной телевизионной речи надолго, другие через некоторое время отторгаются. Развитие международных отношений, социально-политической сферы, науки и техники постоянно оказывает влияние на жизнь и язык общества. Вместе с новыми реалиями и понятиями появляются и неонаминации иноязычного происхождения. Причем в основных сферах современной межкультурной коммуникации, к которым относятся политика, экономика, наука, техника, спорт и ряд других, доминирующие позиции занимает английский язык. Анализ содержательно-тематических полей в телевизионной речи позволяет классифицировать заимствованные неонаминации и выделить в их составе несколько групп:

1. Общественно-политические понятия (*евроинтеграция* – процесс политической, правовой, производственной, экономической интеграции держав, которые находятся в Европе, *праймериз* – предварительные выборы, *экзитпол* – процедура опроса граждан, производимого социологическими службами на выходе из избирательных участков после голосования и др.).

2. Технологии и Интернет (*блоггинг* – процесс ведения блога, его наполнения и продвижения, *виджет* – графическое приложение или сопроводитель к полноценному ПО, которое выводится на рабочий стол компьютера или главный экран смартфона или планшета, *скрин* – снимок экрана, *киберсквоттер* – пользователь, перепродающий доменные адреса, *стриминг* – потоковое онлайн-вещание).

3. Медицина (*сатурация* – уровень насыщения крови кислородом, *оксиметр* – прибор, измеряющий содержание кислорода в крови, *аларм* – тревога, связанная с пандемией).

4. Спорт (*овертайм*, *плей-офф*, *зорбинг*, *сноубординг*).

5. Заимствованный молодежный жаргон (*трэш* – что-то выходящее за грань понимания, *фудпорн* – возбуждающее аппетит изображение еды, *тиктокер*).

Следует отметить, что представленное деление на семантические поля условно, поскольку одно и то же слово может принадлежать к разным полям. С точки зрения Л.Ю. Касьяновой, такое условное деление, «с одной стороны, обусловлено непосредственной близостью ряда сфер общественной жизни, с другой же – служит подтверждением незамкнутости и проницаемости внутренних границ лексико-семантической подсистемы языка» [2, с. 78].

Особый пласт иноязычных единиц, заимствованных русским языком в последние полтора года, связан с тематикой пандемии COVID-19. *Ковид-диссиденты*, *локдаун*, *санитайзер* – эти и многие другие неонаминации по сути являются интернациональными словами, описывающими реалии коронавирусной эпохи. Отличительной особенностью данного пласта лексики является ускоренный темп ее развития, стремительное пополнение новыми единицами и в то же время деактуализация некоторых элементов.

В новостных выпусках федеральных телеканалов («Первый», «Россия», «НТВ») происходят первичный запуск и освоение новых иноязычных слов. В информационном выпуске «Вести» общероссийского телеканала «Россия 1» ведущий сообщает: «В Россию пришла болезнь **вейперов**. Медики заявляют, что счет случаев легочного повреждения электронными сигаретами в стране идет на сотни» [Вести, 16.07.2021]. Речь идет о приверженцах электронных сигарет, заболевания которых мешает выявлять пандемия, поскольку симптомы у заболевших очень похожи на COVID-19.

Процесс семантизации и приведение к привычной языковой норме заимствованных единиц наблюдается и на региональном телевидении, играющем важную роль в системе национального телевидения. Ведущие и журналисты региональных телеканалов являются трансляторами заимствованных неонаминаций, пришедших в язык в связи с теми или иными событиями, явлениями, новыми реалиями. В течение опре-

деленного времени происходит наращивание частотности употребления данных иноязычных слов, они получают особый коммуникативный статус. Например, в телеэфире областного телеканала «Астрахань 24» ведущий Р. Колымажнов неоднократно употребляет иноязычные неологизмы: «*Электросамокаты, гироскутеры, моноколеса, сигвеи, ролики и другие виды персональных средств передвижения стали как-то очень мешать на дорогах*» [Сарафанка, 16.09.2020]; «*По мнению главы региона, говорить о локдауне пока рано, но ограничения ввести придется*», – сообщает А. Петров в новостном выпуске ГТРК «Лотос» [Вести. Астраханская область. 9.07.2021].

Таким образом, профессиональная телевизионная речь пополняется иноязычными неологизмами естественным образом, что детерминируется комплексом социальных и языковых факторов. В настоящее время продолжается активный поток заимствований из английского языка, окончательно закрепившего за собой статус языка международного общения, о чем свидетельствует абсолютное превосходство англицизмов в речи телеведущих и журналистов над остальными неологизмами во всех семантических группах. Заимствования являются актуальными и частотными в медиaprостранстве, их функционирование в медиатекстах детерминируется важнейшими векторами развития языка и стиля СМИ на современном этапе. Наряду с этим возрастающая роль средств массовой коммуникации в обществе определяет и ответственность представителей масс-медиа за уровень культуры населения. Использование в медиаречи иностранных лексических ресурсов должно быть оправданным и целесообразным.

Список источников

1. Дьяков А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке // Язык и культура. Новосибирск, 2003. С. 35–43.
2. Касьянова Л. Ю. Доминантные зоны неологического пространства русского языка // Гуманитарные исследования. 2017. № 4 (64). С. 77–81.
3. Катермина В. В., Липириды С. Х. Лексика пандемии коронавируса в неологическом дискурсе: интердискурсивный аспект // Новые слова и словари новых слов. 2020 : сборник научных статей / отв. ред. Н. В. Козловская / Институт лингвистических исследований РАН. СПб : ИЛИ РАН, 2020. С. 71–84.
4. Ковальчук Г. Л. Телевизионная речь: особенности формирования // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2008. № 1. С. 67–71.
5. Крысин Л. П. О некоторых новых типах слов в русском языке: слова- «кентавры» // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2010. № 4(2).
6. Кухтенкова Е. Русист прокомментировала ситуацию с запретом заимствованных слов на телевидении // Российская газета. 2021. 18.01. С. 3.
7. Прокофьева Н. А., Щеглова Е. А. Ключевые слова текущего момента в медиа как объект лингвостилистического анализа // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения: сб. матер. Междунар. научн. форума (9–12 ноября 2020 г.). СПб., 2020. С. 207–209.
8. Строкова Ю. А. Унификация телевизионных информационных выпусков // Медиаальманах. 2014. № 6 (65). С. 89–98.

References

1. D'yakov A. I. Prichiny intensivnogo zaimstvovaniya anglicizmov v sovremennom russkom yazyke // Yazyk i kul'tura. Novosibirsk, 2003. pp. 35–43.
2. Kas'yanova L. Yu. Dominantnye zony neologicheskogo prostranstva russkogo yazyka // Gumanitarnye issledovaniya. 2017. № 4 (64). pp. 77–81.
3. Katermina V. V., Lipiridi S. H. Leksika pandemii koronavirusa v neologicheskom diskurse: interdiskursivnyj aspekt . Novye slova i slovare novyh slov. 2020 : Sbornik nauchnyh statej / Otv. red. N. V. Kozlovskaya / Institut lingvisticheskikh issledovaniy RAN. SPb. : ILI RAN, 2020. pp. 71– 84.
4. Koval'chuk G. L. Televizionnaya rech': osobennosti formirovaniya // Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika. 2008. № 1. pp. 67–71.
5. Krysin L. P. O nekotoryh novyh tipah slov v russkom yazyke: slova- «kentavry» // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo. 2010. № 4(2).
6. Kuhtenkova E. Rusist prokomentirovala situaciyu s zapretom zaimstvovannyh slov na televidenii // Rossijskaya gazeta. 2021. 18.01. P. 3.
7. Prokofeva N. A., Shcheglova E. A. Klyuchevye slova tekushchego momenta v media kak ob"ekt lingvisticheskogo analiza. Media v sovremennom mire. 59-e

Peterburgskie chteniya: sb. mater. Mezhdunar. nauchn. foruma (9–12 noyabrya 2020 g.). SPb., 2020. S. 207–209.

8. Stokova Yu. A. Unifikaciya televizionnyh informacionnyh vypuskov. Medi-aal'manah. 2014. №6 (65). S. 89–98.

Статья поступила в редакцию 15.10.2021; одобрена после рецензирования 19.11.2021; принята к публикации 26.11.2021.

The article was submitted 15.10.2021; approved after reviewing 19.11.2021; accepted for publication 26.11.2021.