**УДК 811.111**

**ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ**

**В. А. Харахинов[[1]](#footnote-1), С. В. Беланов[[2]](#footnote-2), Е.Ю. Холдеева[[3]](#footnote-3)**

Национальный исследовательский Иркутский государственный технический университет,

664074, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 83.

Дан анализ языковых особенностей английской публицистики. Рассмотрены такие понятия, как «публицистический стиль», «сленговое выражение», «неологизм» и др. Приведены и проанализированы примеры характерных черт английской публицистики. Установлена ключевая особенность английской публицистики.

Библиогр. 5 назв.

*Ключевые слова: публицистика; неологизм; сленг; обращение; заголовок.*

**SPECIAL LANGUAGE FEATURES OF ENGLISH PRESS**

**V. Kharakhinov, S. Belanov, E. Kholdeyeva**

National Research Irkutsk State Technical University,

83 Lermontov St., Irkutsk, 664074

The article is devoted to analysis of language features of English social and political journalism. It considers such terms as “journalistic style”, “slang expression”, “neologism”. The authors have analysed some examples of English press characteristics, and identified the basic features of English social and political journalism.

Sources: 5 refs

*Key words: social and political journalism, neologism, slang, appellation, heading*

Несомненно, публицистический стиль широко применяется в различных сферах общественной жизни: в газетах, журналах, на телевидении и т.д. Публицистика рассматривает актуальные политические, экономические, литературные и другие проблемы современной жизни. Предметом публицистики является современная жизнь, частная и общественная [3]. Переводчику часто приходится переводить статьи и заметки информационного характера из английских газет и журналов.

Газеты и журналы – средство информации и убеждения. Они рассчитаны на массовую аудиторию, которую они должны удержать. Газеты и журналы обычно читают в условиях, когда сосредоточиться трудно: в обеденный перерыв, за завтраком, отдыхая после работы и т.д. Отсюда необходимо организовывать печатаемую информацию так, чтобы передать её быстро, сжато. Стиль изложения не должен требовать дополнительной подготовки от читателя для того, чтобы быть понятым [3].

При переводе английской публицистики следует учитывать свойственные ей черты.

Для английской публицистики характерно использование разговорных оборотов даже в самых серьёзных по содержанию текстах. Например, английская газета «The Daily Telegraph» пишет о критике, которой подверглось Министерство просвещения после издания плакатов для школьников с ошибками в тексте:

An Education Department spokesman said: “It’s a very embarrassing and it’s a fair cop”.

Выражение “it’s a fair cop” переводится как “ их застукали на месте преступления”. Это выражение употребляется в Великобритании как сленговое, т.е. такое выражение не соответствует нормам литературного языка и звучит фамильярно по отношению к служащим Министерства просвещения.

Некоторую фамильярность в английской печати можно обнаружить и в обращении к государственным деятелям. Например, в английском журнале «Current» Принц Вильям характеризуется как “very cute and so sweet”, и его называют Prince Charming. Эти фамильярно-разговорные формы привычны для английского читателя и не бросаются в глаза. Широкое использование в публицистике имён и названий делает сообщение конкретным и относит передаваемые сведения к определённым лицам, районам и учреждениям.

Другой особенностью английской публицистики является стремление авторов приукрасить сухое сообщение, используя отдельные жаргонизмы, перифразы и т.д. Например, автор статьи в «The Daily Telegraph» пишет о предстоящем розыгрыше лотереи так: “News of the raffle is already creating a buzz of excitement” вместо, допустим, «сухого» выражения “News of the raffle excited public”.

Наряду с фамильярно-разговорной окраской многих материалов этого жанра можно отметить некоторые противоположные тенденции. В информационных материалах английской публицистики принято указывать титул описываемого деятеля, в основном, в виде общепринятых сокращений: **Prof** Michael Barber, **Dr** Toshio Fukutake и т.д. Если фамилия употребляется без упоминания титула или занимаемой должности, то перед ней ставится Mr (Mister) или Mrs (Mistress): **Mr** Stringfellow, **Mrs** Rich и т.д. Все эти титулы имеют чисто формальное значение и не выражают особого уважения автора статьи к упомянутым лицам.

Большое значение в публицистике играют заголовки. Специфическое построение английских заголовков служит различным целям: они должны привлечь внимание читателя и обеспечить сжатие информации.

1. Show me the money, honey.
2. The end of teenage rights? Life after Columbine.
3. Trial video is eaten by dog.

Из первого заголовка непонятно, о чем будет статья. Он лишь намекает, что статья посвящена американскому шоу «Кто хочет стать миллионером?». Но данный заголовок легко запоминается и привлекает внимание благодаря рифмовке. Во втором примере читатель знаком с ситуацией, он ожидает новостей о том, что произошло после трагедии в Колорадо, когда два подростка убили 12 студентов и учителя в школе. Последний заголовок рассчитан на любителей сенсационных происшествий. Суть дела выражена одним предложением, но довольно загадочно, что заставляет прочесть заметку об адвокате, собака которого испортила видеокассету, необходимую ему для защиты в суде, адвокат объяснил ситуацию в суде, и судья перенес слушание на другой день.

Необходимо подчеркнуть, что для английской публицистики характерно преобладание глагольных заголовков: Girl **expelled** over apple wins damages; Prisoner **cuts** cell bars with dental floss; **Grow up**! и др.

Безусловно, язык публицистики имеет определенную специфику, которая отличает его от языка художественной или научной литературы, от разговорной речи. Анализ публицистической лексики выявил большой процент собственных имен: топонимов (собственное наименование географического объекта – реки, населенного пункта и т.п.); антропонимов (любое собственное имя – личное имя, отчество, фамилия, псевдоним), которое может иметь человек [1]; названий учреждений и организаций; более высокий, по сравнению с другими стилями, процент числительных, а также обилие дат.

Бросающейся в глаза чертой английской публицистики является частое употребление интернациональных слов и неологизмов. Последние представляют несомненный интерес, так как зачастую трудны для понимания.

Как известно, неологизмы – это слова, выражения или новые значения у уже существующих слов, появление которых в языке на определённом этапе его развития вызвано необходимостью в именовании новых реалий или обозначении новых понятий, а также потребностью в новых выразительных средствах [1]. Это слова и словосочетания, созданные для понятий политического, научного или общеупотребительного характера, образованные по действующим в языке словообразовательным моделям и законам или заимствованные из других языков. По своей структуре и способу образования неологизмы в языке публицистики представлены несколькими вариантами. Наиболее характерными способами образования неологизмов в языке английской публицистики является словообразование (словосложение, аффиксация, конверсия, сокращения), изменение значений слов и заимствования из других языков [2]. Каждый из них имеет свои особенности, поэтому их следует разобрать отдельно.

Словосложение – образование сложных слов путем соединения в одно слово двух или нескольких основ [1]. Для сложных английских слов наиболее частотными являются образования, состоящие из двух основ. В последнее время в языке английской публицистики появилось множество имен существительных, образованных по конверсии способом словосложения из сочетаний глагола и предлога или наречия. В некоторых из них наблюдается четкая повторяемость второго компонента, которая в ряде случаев дает основание полагать, что намечается определенная зависимость между моделью и ее значением. Покажем это на примере слов, образованных с помощью компонентов -in, -out.

When PlayStation 2 consoles arrive in Europe and the USA in September, they are expected **to sell out** within hours (Current).

В данном примере неологизм sell out имеет значение «распродажа» (продажа всех товаров определенного вида).

When companies **bring out** a sequel sometimes they are simply **cashing in** on the success of the first one and have barely made any improvements (Current).

В примере можно выделить два неологизма: сash in (извлечение выгоды из чего-то) и вring out (выход чего-то в свет).

*Аффиксация* – это образование новых слов с помощью суффиксов и префиксов. Для газетного стиля характерно появление аффиксальных неологизмов с определенным набором аффиксов, а также необычное сочетание основ и аффиксов, которые в других стилях речи являются непродуктивными. Во многих случаях такие аффиксы развивают новые значения, ранее им не свойственные. Например: -ship. Его давно уже считают непродуктивным. В газетной лексике слова с суффиксом -ship встречаются довольно часто: censorship, internship (Current).

*Конверсия* – переход из одной части речи в другую, приводящий к образованию нового слова без изменения его начальной формы [2]. Это еще один источник неологизмов в английском языке. Образованные по конверсии, они широко распространены в газетной лексике. Высокая частотность слов, образованных по конверсии - одна из отличительных черт стиля публицистики. Чаще всего это глаголы, образованные от существительных, и существительные, образованные от глаголов. Например, в паре to dump – a dump можно наблюдать интересное развитие значения в имени существительном. В результате ряда переносов значения a dump стало означать какое-либо ужасное место в плохом состоянии: *The Rough Guide to England* dismisses many of our best-loved villages and towns as “mean, cold, ugly, clapped-out **dumps**” (Current).

*Сокращение* – еще один тип словообразования, также являющийся источником неологизмов. Обилие сокращенных слов, особенно часто встречающихся в заголовках – характерная черта языка публицистики. Аббревиатура, т. е. сокращение слов до одной буквы, большей частью произносится по буквам:

FIFA – Fédération Internationale de Football Association, фр.(At Britain’s first computer games ‘Oscar’ this year FIFA 2000 starring Manchester United star David Beckham, won a special award (Current)).

Как правило, такие сокращения, давно вошедшие в употребление, не объясняются в тексте.

Для того чтобы максимально ускорить и упростить чтение и понимание газетного текста, в языке газетных сообщений употребляются слова и словосочетания, повторяющиеся из номера в номер. Они составляют своего рода терминологию газетного стиля и, по сути, представляют собой газетные штампы или клише. Они, как ничто другое, отражают традиционную манеру изложения материала в газетных статьях. Например: tourist boom, mitigating circumstances – смягчающие обстоятельства, techno savvy – техническая сообразительность, at breaking point – в критическом состоянии и т.д.

Конечно, в данной статье могли быть рассмотрены только некоторые особенности английской публицистики, но и предоставленного материала вполне достаточно, чтобы понять, что язык английской публицистики обладает своими характерными особенностями, которые представляют большой интерес для филологов и предоставляют значительную перспективу для исследований в данной области.

**Библиографический список**

1. ABBYY Lingvo x3. Английская версия [Электронный ресурс]. – М., 2008. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
2. Электронный ресурс. – Режим доступа: http://oxland-school.ru/article/english6.html
3. Электронный ресурс. – Режим доступа:http://student.zoomru.ru/ino/yazyk-i-stil-v-anglijskoj/12343.122574.s1.html

**Источники примеров**

Current. London, № 1, September/October, 2000

Электронный ресурс. – Режим доступа:http://www.telegraph.co.uk

1. Харахинов Владимир Александрович, студент 4 курса кибернетического факультета гр. ЭВМ-08-2

   Kharakhonov Vladimir, a 4th-year student of Cybernetics Faculty of National Research Irkutsk State Technical University, e-mail: ekaterina12081985@mail.ru [↑](#footnote-ref-1)
2. Беланов Сергей Валентинович, студент 4 курса кибернетического факультета гр. ЭВМ-08-1.

   Belanov Sergey, a 4th-year student of Cybernetics Faculty of National Research Irkutsk State Technical University, e-mail: ekaterina12081985@mail.ru [↑](#footnote-ref-2)
3. Холдеева Екатерина Юрьевна, ст. преподаватель кафедры английского языка для технических специальностей, e-mail: ekaterina12081985@mail.ru

   Kholdeyeva Ekaterina, a senior teacher of Applied Linguistics Faculty of National Research Irkutsk State Technical University, e-mail: ekaterina12081985@mail.ru [↑](#footnote-ref-3)