

**Меню журнала**[> Архив номеров](#)[> Рубрики](#)[> О журнале](#)[> Авторы](#)[> О журнале](#)[> Требования к статьям](#)[> Редакционный совет](#)[> Редакция](#)[> Порядок рецензирования статей](#)[> Политика издания](#)[> Ретракция статей](#)[> Этические принципы](#)[> Политика открытого доступа](#)[> Оплата за публикации в открытом доступе](#)[> Публикация за 72 часа: что это?](#)[> Политика авторских прав и лицензий](#)[> Политика цифрового хранения публикации](#)[> Политика идентификации статей](#)[> Политика проверки на плагиат](#)**Реквизиты журнала**[ГЛАВНАЯ > Вернуться к содержанию](#)

Litera

*Правильная ссылка на статью:*Грушина О.А. — Вербальная агрессия в медиатекстах на языке суахили // Litera. – 2019. – № 6. – С. 94 - 101. DOI: 10.25136/2409-8698.2019.6.31499 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=31499**Вербальная агрессия в медиатекстах на языке суахили****Грушина Оксана Андреевна**

аспирант, кафедра африканистики, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

119991, Россия, г. Москва, ул. Ленинские Горы, 1

Grushina Oksana Andreevna

Postgraduate students, the department of African Studies, M. V. Lomonosov Moscow State University

119991, Russia, g. Moscow, ul. Leninskie Gory, 1

✉ o.a.grushina@gmail.com[Другие публикации этого автора](#)**DOI:**

10.25136/2409-8698.2019.6.31499

Дата направления статьи в редакцию:

24-11-2019

Дата публикации:

01-12-2019

Аннотация.

В статье рассматривается механизм взаимодействия английского языка и суахили в сфере танзанийских средств массовой информации. Лексическое наполнение медиатекстов представляет интерес для изучения, так как является своеобразным срезом современного литературного («стандартного») суахили, предназначенного для восприятия массовой аудиторией. Предметом исследования являются особенности применения англоязычных заимствований в современных новостных медиатекстах на языке суахили. Автор подробно рассматривает варианты использования заимствованной лексики в медиатекстах, изучает степень мотивированности применения англицизмов, способы их оформления в суахили, анализирует цели применения англицизмов в медиатекстах на языке суахили. Материалами для исследования послужили медиатексты интернет-версии танзанийского издания Mtanania Танзаниец. Для анализа материала были применены методы корпусной лингвистики и компьютерного анализа. Проведенный анализ выявил присутствие в медиатекстах значительного числа англоязычных заимствований, относящихся к разным тематическим группам. Для реципиента информации англицизм нередко превращается в агноним, так как смысл используемого заимствования для него непрозрачен, непонятен, вследствие чего может возникнуть чувство напряженности, неполноценности. Немотивированное использование заимствований может быть расценено как одна из форм вербальной агрессии вследствие отрицательного воздействия на реципиента информации.

Ключевые слова: суахили, медиатекст, заимствования, англицизмы, вербальная агрессия, корпус, средства массовой информации, язык масс медиа, иноязычная лексика, английский язык

Abstract.

This article examines the interaction mechanism between English language and Swahili in the field of Tanzanian mass media. Lexical content of media texts is of scientific interest due to the fact that it is a unique segment of modern literary ("standard") Swahili, intended for consumption by mass audience. The subject of this research is the peculiarities of use of English-language borrowings in the modern news media texts in Swahili language. The author meticulously examines the reason of using English loanwords, as well as their adaptation in Swahili. Media texts of the online version of Tanzanian newspaper Mtanania served as the materials for this study. The conducted analysis determined the presents in media texts of a substantial amount of English-language borrowings belonging to various thematic groups. For information recipient, the English loanwords often turns into agnonym, since the meaning of the word is unclear, causing the sense of tension and inadequacy. Unjustified use of borrowings may be considered as one of the forms of verbal aggression as a result of negative effect of information upon the reader.

Keywords:

mass media language, mass media, corpus, speech aggression, English loan words, borrowings, mediatext, Swahili, foreign words, English language

Благодаря совершенствованию информационных технологий во второй половине XX начале XIX века, интернет постепенно становится каналом, лидирующим по числу продуцируемых и распространяемых медийных текстов,



Публикация за 72 часа -
теперь это реальность!

При необходимости
издательство
предоставляет авторам
услугу сверхсрочной
полноценной публикации.
Уже через 72 часа статья
появляется в числе
опубликованных на сайте
издательства с DOI и
номерами страниц.

структурирующих наше восприятие, создающих новые значения и конструирующих (как вербально, так и визуально) особые «информационные построения действительности, которые могут определяться и стремлением к документальности, и реальностью, и вымыслом, и даже иметь виртуальный характер» [1].

Основная функция медиатекстов — информирование читательской аудитории о событиях, происходящих в мире, сопровождающееся интерпретацией транслируемой информации и, как следствие, воздействием на реципиентов. Поставленные задачи реализуются благодаря использованию ряда инструментов в языке СМИ, одним из которых является применение заимствованной лексики.

В настоящей работе анализируется механизм взаимодействия английского и суахили на примере использования заимствований в танзанийских медиатекстах. Материалами для исследования послужили медийные тексты интернет-версии издания *Mtanzania Танзаниец* (общее количество составляет 14926 статей). Лексическое наполнение медиатекстов представляет интерес для изучения, так как является своеобразным срезом современного литературного («стандартного») суахили, предназначенного для восприятия массовой аудиторией. Анализируемые материалы позволяют рассмотреть варианты использования заимствованной лексики в медиатекстах, изучить степень мотивированности применения англицизмов, способы их оформления в суахили, выявить цели применения англицизмов в медиатекстах на языке суахили.

В Танзании представлена трехуровневая коммуникационная модель. В сельских областях широко распространено общение на местных языках, которые выполняют объединяющую функцию, являются символом солидарности. На государственном уровне в качестве *lingua franca* используется суахили, а на международном уровне для коммуникации используется английский язык. Тем не менее, нельзя говорить о том, что существует четкое разграничение, при котором каждый из языков закреплен за определенной областью применения. Напротив, наблюдается активное языковое взаимодействие, интерференция, обусловленные рядом причин экстралингвистического характера.

Использование английского языка в Танзании наряду с суахили и различными местными языками вполне закономерно, так как он является наиболее популярным, влиятельным языком, занимающим лидирующее положение по частотности использования в мире. «Одним из основных признаков современной геолингвистической картины мира является бесспорное доминирование английского языка, которое проявляется, в том числе, и в сфере массовой коммуникации» [2, с. 10]. Общий объем медиатекстов на английском языке превышает объем текстов на других языках, что подтверждает известный тезис о «глобальной роли английского в современном мире» [2, с. 79]

В Танзании английский язык имеет достаточно ограниченные области применения, что связано с невысоким уровнем образования большей части населения страны [3]. Английский язык проецируется на отдельные социальные слаты и группы населения, при этом «на базе нового социального локуса — европейски образованной (или получающей такое образование) элиты из сословия служащих складывается новый престижный социолект, изобилующий прямыми цитациями английских слов и выражений, которые для лиц, не входящих в этот круг, остаются в категории чужого» [4].

Медиатексты чутко реагируют на лингвокультурное окружение, отражают процессы, происходящие в различных сферах жизнедеятельности общества, фиксируя новые понятия и идеологемы, являются зеркалом речевой культуры общества. Для реализации данной отражающей функции язык СМИ должен обладать достаточными ресурсами, позволяющими своевременно реагировать на происходящие изменения. Таким образом, использование англицизмов помимо прочего может быть продиктовано необходимостью фиксации в языке СМИ новых феноменов и явлений. Ряд новых слов, появляющихся в суахили, являются результатом процесса принятия так называемого «готового к использованию заимствования», которое означает явление, при котором в случае необходимости наличия в языке адекватного отражения того или иного нового явления, слово (или концепт) «импортируется» в язык в адаптированном виде или в форме варваризма [5, 6].

Авторы медиатекстов делают выбор в пользу того или иного языка под влиянием не только внешних факторов, но и руководствуясь внутренней интенцией, желанием передать информацию под определенные ракурсом.

Применение англицизмов имеет как отрицательные, так и положительные последствия. Так, к числу позитивных моментов относится обогащение и развитие лексического пласта суахили. Однако между позитивным влиянием и негативными последствиями проходит зыбкая грань, для поддержания баланса нужно разумное использование английского только в тех случаях, когда это действительно необходимо [68], так как необоснованное применение англицизмов может оказывать негативное воздействие на реципиентов.

Язык медийных текстов должен быть доступен и понятен массовой аудитории. Так, например, *Mtanzania* позиционирует себя как издание «затрагивающее жизнь миллионов танзанийцев разных возрастов и полов» (<https://mtanzania.co.tz/>). Использование английских заимствований накладывает ограничения и может привести к трудностям восприятия информации, передаваемой посредством СМИ, что «препятствует реализации основных задач эффективного речевого взаимодействия, деструктивно воздействует на сознание участников общения, затрудняет полноценный обмен информацией, существенно снижает возможность взаимопонимания коммуникантов, блокирует выработку общей стратегии взаимодействия» [9]. Выбор автора медиатекста в пользу англоязычного заимствования (особенно при наличии суахилийского эквивалента) может быть расценен читателями как речевая агрессия, так как они владеют английским языком на уровне, не достаточном для полного и адекватного восприятия передаваемой информации. В этом случае заимствования превращаются для читателя в агнонимы. По-существу, неправомерное использование английских заимствований при наличии суахилийского эквивалента является отражением конфликта между традиционалистами (пуристами) и представителями элиты — сторонниками английского языка [10].

В рамках данной работы нами был составлен и проанализирован корпус, состоящий из 14 926 медиатекстов (общее количество слов — около 5 800 000), опубликованных в период с 2014 по 2019 гг. При проведении компьютерного анализа были составлены списки частотности англицизмов, которые условно можно распределить по следующим тематическим группам:

- сфера экономики и бизнеса, деловая сфера: *benki* > *bank банк* (частотность 3240), *sekta* > *sector сектор* (частотность 2889), *bajeti* > *budget бюджет* (частотность 1844), *meneja* > *manager менеджер* (частотность 1017), *leseni* > *license лицензия* (частотность 719), *ajenda* > *agenda повестка дня* (частотность 414), *kadi* > *card карточка (напр. банковская)* (частотность 322), *kompyuta* > *computer компьютер* (частотность 222).

- транспорт: *reli* > *rail железная дорога* (частотность 759), *mabasi* > *buses автобусы* (частотность 668), *bodaboda* > *border бодабода от англ. граница (Впервые данный вид такси (велосипедное/мотоциклетное) появился в середине 1990-х гг. в Восточной Африке на границе Кении и Уганды, использовался для перевозки людей между этими двумя странами («от границы к границе»), откуда и пошло название) [11]* (частотность 307), *treni* > *train поезд* (частотность 175), *lori* > *lorry грузовик* (частотность 160), *boti* > *boat лодка* (частотность 94), *tekisi* > *taxi такси* (частотность 51), *trekta* > *tractor трактор* (частотность 13).

- медицина и наука: *seli* > *cell клетка* (частотность 122), *bakteria* > *bacteria бактерия* (частотность 92), *kansa* > *cancer рак* (частотность 62), *fistula* > *fistula свищ* (частотность 37), *hospitali* > *hospital больница* (частотность 10), *himofilia* > *hemophilia гемофилия* (частотность 8).

- аббревиатуры: *dk* > *daktari > doctor доктор* (частотность 11410), *sh* > *shilingi > shilling шиллинг* (частотность 8610), *CUF* > *Civic United Front Гражданский объединенный фронт* (частотность 2431), *TRA* > *Tanzania Revenue Authority Управление доходов Танзании* (частотность 1266), *NEC* > *National Electoral Commission Национальная избирательная*

комиссия (частотность 902). Как правило, аббревиатуры используются для обозначения социального статуса / должности, номинации учреждений, организаций.

· сфера развлечений: muziki > music *музыка* (частотность 2954), video > video *видео* (частотность 1027), mastaa > stars *звезды* (частотность 390), klabu > club *клуб* (частотность 334), bendi > band *группа* (частотность 328), studio > studio *студия* (частотность 233), dansi > dance *танцы* (частотность 113), chaneli > channel *канал* (частотность 60).

· спорт: soka > soccer *футбол* (частотность 208), kocha > coach *тренер* (частотность 154), fainali > final *финал* (частотность 138), mechi > match *матч* (частотность 121), raundi > round *раунд* (частотность 20), medali > medal *медаль* (частотность 15).

· единицы измерения и валюта: dola > dollar *доллар* (частотность 2957), kilo > kilogram *килограмм* (частотность 549), futi > foot *фут* (частотность 82), senti > cent *цент* (частотность 73), uniti > unit *единицы измерения* (частотность 44), sekunde > second *секунда* (частотность 31), digrii > degree *градус* (частотность 15).

· химические элементы, полезные ископаемые, вещества и материалы: gesi > gas *газ* (частотность 958), plastiki > plastic *пластик* (частотность 151), oksijeni > oxygen *кислород* (частотность 47), nickel > nickel *никель* (частотность 24), simenti > cement *цемент* (частотность 20).

· социальная сфера: jaji > judge *судья* (частотность 2331), bodi > body *орган* (частотность 1764), daktari > doctor *доктор* (частотность 761), meya > mayor *мэр* (частотность 692), jela > jail *тюрьма* (частотность 553) и другие.

Таким образом, наиболее частотными является аббревиатуры dk > daktari > doctor *доктор* (частотность 11410) и sh > shilingi > shilling *шиллинг* (частотность 8610). С точки зрения отнесения заимствований к тематическим группам, наиболее широко в анализируемом корпусе представлены сфера бизнеса (около 140 слов), социальная сфера (около 70 слов). Для анализа были выбраны слова с частотностью более 5. Широкое применение англицизмов в медиатекстах свидетельствует о том, что по умолчанию предполагается, что читательская аудитория билингвальна, то есть владеет знаниями и английского и суахили.

Англицизмы появляются в языке не только в случае отсутствия в суахили собственных ресурсов для передачи понятия. Так, наряду с заимствованиями в языке суахили есть аутентичные наименования, например: *лодка* boti > boat — *машуа*, *поезд* treni > train — *гаримози*, *рак* kansa > cancer — *саратани*, *танец* dansi > dance — *пгома*, *январь* januari > January — *твези ва кванза*, и многие другие.

Одновременное бытование в языке англицизма и аутентичного аналога приводит к смешению кодов суахили и английского языков [2]. Более частое использование заимствований в медиатекстах по сравнению с аутентичными названиями может привести к вытеснению последних из употребления.

Многие из заимствований не имеют устоявшегося фонетического облика. Фонологическая вариативность в написании англицизмов в анализируемых медиатекстах, свидетельствует об отсутствии стандартизированного подхода к их обработке [6]: menejimenti / menejementi > management *менеджмент*, teknolojii / teknolojia > technology технологии, komputa / komputa > computer *компьютер*, tekisi / takisi > taxi *такси*. В некоторых случаях заимствования претерпевают столько существенные изменения, что определение их англоязычного источника может вызвать затруднения (manisraa > municipality *муниципалитет*, sayansi > science *наука*, picha > picture *картинка*).

В некоторых случаях дублирование заимствований продиктовано необходимостью номинации или уточнения существующих понятий: pato la taifa *доход государства* = GDP ВВП (*валовой внутренний продукт*), kichuruzika *текущий* = liquid *жидкий*, makubaliano ya wengi *согласие большинства* = consensus *консенсус*, matibabu kwa njia ya mionzi *лечение с помощью лучей* = radiotherapy радиотерапия. В этом случае они служат средством разъяснения, помогающим адекватно и в полной мере отражать реалии изменяющегося современного мира, помогают читателю воспринять и уяснить информацию.

Заимствованные существительные включаются в систему именных классов. В зависимости от лексической семантики они могут входить в состав 1/2 класса (mchina > China *китаец*, mkristo > Christian *христианин*, mwanafamilia > family *член семьи*, wanasayansi > science *ученые*), 5/6 класса (meneja / mameneja > managers *менеджеры*, ofisa / maofisa > officers *чиновники*), 7/8 класса (kioski / vioski > kiosque (kiosk) *киоск*), 9/10 (reli / reli > rail (way) *железная дорога*).

Заимствованные глаголы адаптируются фонетически и грамматически к системе суахили, принимая соответствующие глагольные показатели (инфинитива, видо-временных форм, деривационных суффиксов):

anaripoti
(частотность 36)

a na ripoti

3Sg Pres сообщать

он сообщает

gazeti limeripoti (частотность
26)

Gazeti li me ripoti

5Cl 5Cl Perf сообщать
Газета

газета сообщила

imeripotiwa (частотность
19)

I me ripoti wa

9Cl Perf Сообщать Pass

сообщалось

aliripoti (частотность
15)

a li ripoti

3Sg Pst сообщать

он сообщил

ilivyoripotiwa (частотность 10)

I li vyo ripoti wa

9Cl Pst 8Cl Rel сообщить Pass

как сообщалось

Речевая агрессия более ярко проявляется в случаях использования в медиатекстах варваризмов, при котором заимствование переносится в суахили, не претерпевая каких-либо существенных изменений: chemotherapy *химиотерапия*, hip hop *хип-хоп*, plot *сюжет*, T-shirt *футболка*. Варваризмами широко представлены названия фирм, товарных марок, различных организаций: iPhone (частотность 8), iPad (частотность 8), Hotel ya Blue Pearl (частотность 18), EU (European Union Европейский союз) (частотность 320). Тем не менее, графически неадаптированные заимствования-глаголы могут встраиваться в грамматическую систему языка суахили, получая в случае необходимости соответствующие маркеры-согласователи:

kuipost video zake

ku post video zake

Inf публиковать (в соц.сетях) 10cl. видео 10cl. ego

публиковать свои видео

ametweet

a me tweet

3 Sg Prf публиковать в твиттере

он опубликовал в твиттере

Англоязычные заимствования в некоторых случаях используются для экономии места, для реализации приема минимизации, в частности в заголовках медиатекстов. Особенно ярко данная тенденция выражается в использовании приема аббревиации, которая часто приводится без расшифровки, что может привести к неправильному толкованию или непониманию читателем сути излагаемой информации.

Заимствования также зачастую применяются как стилистическое средство, позволяющее придать тексту значимость, статусность. Немотивированное использование англоязычных заимствований в медиатекстах на суахили, не служащее целям уточнения, разъяснения, номинации, может оказывать негативное, агрессивное воздействие на аудиторию. Иноязычные слова, не сопровождающиеся пояснениями и расшифровкой, непонятны читателям и, как следствие, вызывают чувство отчужденности, собственной неполноценности, напряженности. «Одна из распространенных стратегий негативного воздействия на адресата речи — это создание кодового конфликта: через границу кодов адресант, стараясь унизить адресата, сознательно стремится к непониманию» [12].

Таким образом, анализ корпуса медиатекстов на языке суахили продемонстрировал наличие значительного числа англоязычных заимствований, относящихся к разным тематическим группам. Используемая иноязычная лексика в целом лишена оценочного компонента, однако может быть расценена как средство речевой агрессии вследствие немотивированного применения. Англицизмы делают медиатекст менее доступным и понятным читательской аудитории, ограничивают круг тех, кто попадает в категорию целевой аудитории данного издания. У реципиента информации, оказывающегося за пределами данного круга, может возникнуть чувство напряженности, неполноценности, так как смысл используемого заимствования для него непрозрачен, непонятен, то есть применяемая лексема превращается для него в агоним. Немотивированное использование заимствований (в частности, варваризмов) может быть расценено как средство вербальной агрессии вследствие отрицательного воздействия на реципиента информации.

Библиография

1. Володина М. Н. Язык массовой коммуникации — особый язык социального взаимодействия // Язык средств массовой информации: Отв. ред. М. Н. Володина. — М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. — С. 27–47.
2. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации – М.: КДУ, 2015– 116 с.
3. Громова Н. В. Язык суахили в современной Танзании. // Межрасовые и межэтнические отношения в современной Танзании. Труды Рос. комплексной экспедиции в Объединенной Республике Танзания. М., Институт Африки РАН, 2007. С. 84-93
4. Виноградов В. В., Легер Р. К проблеме изучения языковых контактов в Африке. // Исследования по языкам Африки. Вып.2. Африканские языки в социокультурном и ареальном аспектах. М., Институт языкознания РАН, 2008. С. 13
5. Petzell M. The linguistic situation in Tanzania // Moderna språk, No. 1, 2012, pp.136-144;
6. Petzell M. Expanding of the Swahili vocabulary // Africa & Asia, No. 5, 2005, pp. 85-107
7. Dzahene-Quarshie J. English in contact with Swahili: enrichment or threat? // Létünk, No. 4, 2010, pp. 55–74;
8. Dzahene-Quarshie J. Swahili Versus English in Tanzania: The Win-Win Situation // Language Pedagogy and Language use in Africa, 2009, pp.61-81;

9. Щербинина Ю. В. Вербальная агрессия. -2-е изд.-М.: ЛКИ, 2008 – 360 с.
10. Громова Н. В. Новое в лексике современного языка суахили. М., издательство Московского Университета, 1991. 160 С.
11. Walls D. A Year in Rwanda, lulu.com, Lulu Press, Inc., USA, 2012.
12. Коряковцева Е. И. Язык современной российской прессы: варваризмы и арготизмы как сигналы речевой агрессии // Współczesna komunikacja językowa: Najnowsze zmiany w leksyce i słowotwórstwie języków słowiańskich. Warszawa: SLAVICA. Prace Slawistyczne, Instytut Slawistyki Polskiej Akademii Nauk, 2008.-V. 125.-pp. 95-105.

References (transliterated)

1. Volodina M. N. Yazyk massovoi kommunikatsii — osobyi yazyk sotsial'nogo vzaimodeistviya // Yazyk sredstv massovoi informatsii: Otv. red. M. N. Volodina. — М.: Akademicheskii Proekt; Al'ma Mater, 2008. — С. 27–47.
2. Dobrosklonskaya T. G. Yazyk sredstv massovoi informatsii – М.: KDU, 2015– 116 с.
3. Gromova N. V. Yazyk suakhili v sovremennoi Tanzanii. // Mezhrasovye i mezhetnicheskie otnosheniya v sovremennoi Tanzanii. Trudy Ros. kompleksnoi ekspeditsii v Ob"edinennoi Respublike Tanzaniya. М., Institut Afriki RAN, 2007. S. 84-93
4. Vinogradov V. V., Leger R. K probleme izucheniya yazykovykh kontaktov v Afrike. // Issledovaniya po yazykam Afriki. Вып.2. Afrikanskie yazyki v sotsiokul'turnom i areal'nom aspektakh. М., Institut yazykoznaniya RAN, 2008. S. 13
5. Petzell M. The linguistic situation in Tanzania // Moderna språk, No. 1, 2012, pp.136-144;
6. Petzell M. Expanding of the Swahili vocabulary // Africa & Asia, No. 5, 2005, pp. 85-107
7. Dzahene-Quarshie J. English in contact with Swahili: enrichment or threat? // Létünk, No. 4, 2010, pp. 55–74;
8. Dzahene-Quarshie J. Swahili Versus English in Tanzania: The Win-Win Situation // Language Pedagogy and Language use in Africa, 2009, pp.61-81;
9. Shcherbinina Yu. V. Verbal'naya agressiya. -2-е изд.-М.: ЛКИ, 2008 – 360 с.
10. Gromova N. V. Novoe v leksike sovremennogo yazyka suakhili. М., izdatel'stvo Moskovskogo Universiteta, 1991. 160 S.
11. Walls D. A Year in Rwanda, lulu.com, Lulu Press, Inc., USA, 2012.
12. Koryakovtseva E. I. Yazyk sovremennoi rossiiskoi pressy: varvarizmy i argotizmy kak signaly rechevoi agressii // Współczesna komunikacja językowa: Najnowsze zmiany w leksyce i słowotwórstwie języków słowiańskich. Warszawa: SLAVICA. Prace Slawistyczne, Instytut Slawistyki Polskiej Akademii Nauk, 2008.-V. 125.-pp. 95-105.

Результаты процедуры рецензирования статьи

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.
Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Предмет исследования представленной статьи – механизм взаимодействия английского и суахили (на примере использования заимствований в танзанийских медиатекстах). Актуальность исследования связана как с исследованием механизма языкового заимствования, так и с анализом медиа-воздействия на реципиента. Новизна работы связана с анализом понятия «речевая агрессия» в опоре на практические данные развернутого контент-анализа танзанийского медиа-издания. Автор опирается на различные методы перевода и когнитивной лингвистики, а также на методы сравнительного анализа и статистики (с опорой на компьютерный анализ), контент-анализ. Автор характеризует роль и области применения английского языка в культуре Танзании, отмечает факторы взаимодействия языка суахили (как официального) с англицизмами, что, по мнению автора, имеет как отрицательные, так и положительные последствия. Автор представляет развернутую аналитическую характеристику применения англицизмов на примере контент-анализа статей интернет-версии издания Mtanzania Танзаниец. Автор выделяет тематические группы использования англицизмов, анализирует частотность их появления. Пояснения получают принципы введения англицизмов: экономия места (прием аббревиации), особенности стилистики, принцип статусности, Отдельно автор анализирует лексические параметры вводимых в суахили англицизмов, их приспособление к лексике суахили. Автор, описывая сложившуюся ситуацию, вводит понятие «речевая агрессия», фиксируя языковые риски: «Более частое использование заимствований в медиатекстах по сравнению с аутентичными названиями может привести к вытеснению последних из употребления». Автор отмечает, что немотивированное использование англицизмов может иметь негативное, агрессивное воздействие на аудиторию. В выводах характеризуются причины такой реакции на «речевую агрессию». В статье могут быть небольшие редакторские правки: 1. Во введении, в первом предложении «не высвечивается» типе: «Благодаря совершенствованию информационных технологий во второй половине XXначале XIX века». 2. Несогласование окончаний: «желанием передать информацию под определенные ракурсом». В целом, статья выполнена на профессиональном уровне. Библиография соответствует содержанию статьи (содержит источники на иностранных языках). Работа представляет интерес для профессиональной читательской аудитории. Статья рекомендуется к публикации.

Ссылка на эту статью

Просто выделите и скопируйте ссылку на эту статью в буфер обмена. Вы можете также [попробовать найти похожие статьи](#)

Грушина О.А. Вербальная агрессия в медиатекстах на языке суахили // Litera. – 2019. – № 6. – С.94-101. DOI: 10.25136/2409-8698.2019.6.31499. URL: https://e-notabene.ru/fil/article_31499.html



Другие сайты издательства:
Официальный сайт издательства NotaBene / Aurora Group s.r.o.
Сайт исторического журнала "History Illustrated"

Перепечатка материалов допускается только в некоммерческих целях со ссылкой на оригинал публикации. Охраняется законами Российской Федерации. Любые нарушения закона преследуются в судебном порядке. © ООО "НБ-Медиа"

