

А. В. Шитикова

МГИМО (университет) МИД РФ, Москва, Россия
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9753-8584> 

Г. Н. Насырова

Дипломатическая академия МИД России, Москва, Россия
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7332-6456> 

 **E-mail:** anbogdanova@yandex.ru; gnn71@mail.ru.

Коммуникативно-прагматическое функционирование немецких заимствованных слов *Realpolitik* и *Ostpolitik* в публицистическом дискурсе английских СМИ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются коммуникативно-прагматические особенности употребления немецких заимствованных слов *Realpolitik* и *Ostpolitik* в английском публицистическом дискурсе вообще и в заголовках информационно-аналитических статей в частности. В статье представлены понятия «дискурс», «публицистический дискурс», «заимствования», «образ-концепт»; приводятся основные характеристики газетно-публицистического дискурса, анализируется воздействующе-информационная функция публицистики и ее влияние на выбор лексико-грамматических средств, подчиненный глобальной цели политического дискурса — борьбе за власть. Исследуя процессы заимствования иноязычных слов, причины и функции, авторы вводят понятие «интродуктивный блок» статьи, представляющий собой заголовок, подзаголовок статьи и ее первый абзац. Основываясь на исследованиях ван Дейка о прагматичности заголовков новостных статей, изучают коммуникативно-прагматические функции интродуктивного блока статьи и вслед за Г. Плеттом говорят о метапрагматичной ситуации данного блока и его трехсторонней ориентации на текст, автора и адресата. На примере англоязычных периодических изданий «The Economist» и «The Financial Times» анализируется социально-оценочный образ-концепт внешней политики Германии, который актуализируется в статьях при помощи немецких заимствований *Realpolitik* и *Ostpolitik*, форм длительного времени, деонтических глаголов, относящихся к слабому типу долженствования и эмоционально окрашенных лексем и глагольных словосочетаний.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: журналистика; медиалингвистика; СМИ; средства массовой информации; медиадискурс; медиатексты; язык СМИ; языковые средства; английские СМИ; английский язык; немецкий язык; публицистический дискурс; информационно-аналитические статьи; заимствование слов; заимствованные слова; заимствованная лексика; образы-концепты; заголовки статей; интродуктивный блок статьи; «Realpolitik»; «Ostpolitik»; слабые деонтические глаголы; лексем; глагольные словосочетания.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Шитикова Анжелика Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры немецкого языка, Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации; 119454, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76; e-mail: anbogdanova@yandex.ru.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Насырова Гульнара Наилевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка факультета международных отношений и международного права, Дипломатическая академия МИД России; 119021, Россия, г. Москва, Остоженка 53/2, строение 1; e-mail: gnn71@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Шитикова, А. В. Коммуникативно-прагматическое функционирование немецких заимствованных слов *Realpolitik* и *Ostpolitik* в публицистическом дискурсе английских СМИ / А. В. Шитикова, Г. Н. Насырова // Политическая лингвистика. — 2021. — № 6 (90). — С. 98-105. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_11.

В последние десятилетия слово «дискурс» прочно вошло в лингвистику, хотя совсем не является новым термином. Дискурс — это многоаспектное явление, которое исследуется в разных областях: философии, литературе, истории, социологии, психологии и др. Все виды реализации языка входят в это понятие. Поэтому существует множество определений данного термина. С лингвистической точки зрения, дискурс — это речевая деятельность человека, происходящая в различных сферах функционирования человека. Отечественный лингвист Н. Д. Арутюнова трактует это понятие, которое про-

изошло от позднелатинского *discursus* (рассуждение, довод, беседа), как «текст, взятый в событийном аспекте» и как речь, которая выступает как «целенаправленное социальное действие». Другими словами, дискурс — это речь, «погружённая в жизнь» [Арутюнова 1990].

Этого же мнения придерживаются ван Дейк и В. Кинч, которые также считают, что дискурс — это произнесенный, актуализированный текст, однако в их работах доминирует текстовый подход, то есть текст интерпретируется как речевое произведение, одно из многих и, соответственно, для понимания

такого текста требуются общие принципы трактовки [ван Дейк, Кинч 1988].

Тогда как В. З. Демьянков в своем словаре англо-русских терминов по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста дал более широкое определение дискурса: «...произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. Часто, но не всегда, концентрируется вокруг некоторого опорного концепта; создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки, определяясь не столько последовательностью предложений, сколько тем общим для создающего дискурс и его интерпретатора миром, который „строится“ по ходу развертывания дискурса» [Демьянков 1982].

А. А. Кибрик развивает эту идею далее и рассматривает этот термин как единое целое двух ипостасей: «процесса языковой коммуникации и получающегося в ее результате объекта, т. е. текста» [Кибрик 2009: 3] и систематизирует стили дискурса, основываясь на видах человеческой деятельности. Вслед за ним Г. Я. Солганик выделяет следующие виды: «1) бытовой; 2) научный; 3) официальный; 4) публицистический; 5) художественный» [Солганик 2010: 11].

Поскольку в рамках статьи исследуются особенности заимствований в публицистическом дискурсе, остановимся подробнее на данном понятии. Изучению, описанию характеристик и составляющих публицистического дискурса посвящены работы многих отечественных и зарубежных лингвистов. [Бахтин 1979; Крысин, Вакуров 1978, 2007; Костома-ров, Бурвикова 1994; Солганик 1997, A. Wilde, A. Мейе, U. Weinreich, C. Broder, J. Glau-siusz, C. Haritos и др.] Так, например, Г. Я. Солганик считает, что социальные вопросы, социальные темы непременно должны подниматься автором публицистического текста, поскольку само понятие «публицистика» происходит от латинского слова «publicus», т. е. «общественный», и автор «всегда выступает как человек социальный» [Солганик 2010: 97]. О социальной публицистике говорит и Л. Г. Кайда, называя публицистику «открытой авторской речью», которая направлена на читателя и «до предела насыщенная социальной информацией» [Кайда 2004: 58]. Таким образом, именно публицистический дискурс, отражая актуальное положение, проблемы на различных этапах развития общества, является активной, динамичной и постоянно обновляющейся системой, которая охватывает все области социума и отдельного индивида. О разнообра-

зии тематики данного дискурса, обязательно при этом подаваемой с политико-идеологическим подтекстом, пишет и Н. А. Клушина. Автор трактует публицистический дискурс как «воздействующий тип дискурса», который призван реализовать намерение именно убеждения [Клушина 2008: 6]. А публицистический текст, являющийся составляющей частью публицистического дискурса, выступает как социальный акт коммуникатора. Данное действие адресовано коммуниканту и убеждает его не просто в «законности» существования идеи автора, а в абсолютной ее правильности. Для этого последний использует все имеющиеся в доступе речевые приемы и средства: эксплицитные, т. е. открытые, которые оказывают непосредственное влияние на мысли, проявляющиеся затем в некоторых ситуациях и действиях адресанта, и имплицитные, т. е. скрытые, завуалированные, влияющие на подсознание последнего. Для достижения поставленной цели автору необходимо выбрать правильные и эффективные языковые средства. Использование последних в публицистическом дискурсе подчинено определенным законам. Как было сказано выше, публицистический дискурс является подвижной, меняющейся и постоянно обновляющейся системой, т. е. соответствует духу времени. Это касается не только тематики, но и использования определенных лексических средств.

Именно «воздействующе-информационная с акцентом на аспекте воздействия» функция публицистики, по мнению М. Н. Кожиной, будет определять выбор темы, тот или иной набор лексических средств [Кожина 2008: 344], с помощью которых реализуется основное предназначение газетных текстов: информировать, представлять некую социальную позицию, убеждать адресата в ее правильности. Автор должен добиться внимания читателя именно к своему материалу. Поэтому для достижения экспрессивности используется значительная доля способов и приемов ее выражения из всех существующих языковых средств именно в публицистическом дискурсе. А мастерство автора состоит в том, чтобы, учитывая требования конкретного контекста, отобрать оптимальные для достижения цели воздействия на читателя. Выбор определенных языковых средств связан и с основными чертами и характеристиками газетно-публицистического дискурса: общественно-политическая и социальная значимость, понятность и доступность широкой аудитории, актуальность, четкость, лаконичность, оценочность. Исходя из данных особенностей, можно сделать вывод о наличии определен-

ных лексических единиц в политических текстах публицистического дискурса. К таковым относятся общественно-политическая лексика, стандартные клише, авторские новообразования, неологизмы, многозначные слова, омонимы, паронимы, различные средства словесной образности, реалии и заимствования из других языков.

Лексический состав языка — это сложная система, с одной стороны, сложившаяся и устоявшаяся; с другой стороны, открытая, подвижная, так как постоянно взаимодействует с внеязыковой реальностью, которая динамично развивается и меняется (например, в виде установления и развития политических, экономических, культурных связей между государствами, народами). Можно предположить, что это становится одной из причин такого явления в языке, как заимствования. В «Словаре лингвистических терминов» дано следующее определение: заимствование — это «процесс и результат перехода из одного языка в другой слов, грамматических конструкций, морфем, фонем» [Жеребило 2010: 107]; также дано одно из свойств данного понятия: «самый распространенный вид языковых контактов» [Там же]. Заимствование слов обозначено как «объективная закономерность развития словарного состава любого языка» [Там же]. Автор считает, что базой данной закономерности является вбирание языком в себя иностранных слов с их морфологической и фонетической подстройкой к условиям функционирования языковой системы.

Ю. К. Волохов полагает, что необходимость номинации новых понятий и реалий при знакомстве носителей языка с жизнедеятельностью других наций и народностей приводит к процессу заимствования [Волохов 1974: 12]. Процесс заимствования иноязычных слов насчитывает многие столетия, вряд ли найдется какой-либо язык, абсолютно свободный от заимствований.

Однако роль иноязычных слов в разных языках неодинакова и неоднородна. Их значимость зависит от функций, которые заимствования выполняют в языке. Все функции заимствованных слов можно разделить на две группы: лингвистические и экстралингвистические. К первым относится номинативная, или понятийно-дифференцирующая функция. С возникновением новых предметов, понятий, терминов в экономической, финансовой, коммерческой, политической, социально-бытовой, технической, культурной сферах появляется и необходимость их обозначения. Употребление таких заимствований может остаться в рамках одной деятельности или специальности или выйти за

их пределы. Российский лингвист В. П. Крысин считает, что употреблению заимствований в устной публичной речи и на страницах печати свойственны две обратные тенденции: ранее известное только узкому кругу специалистов слово начинает употребляться как известное широкому читателю или слушателю в расчете на его осведомленность; или эти же слова, а также давно вошедшие в речь, приобретая новое значение, становятся объектом авторских комментариев, оговорок [Крысин 1996: 156]. К экстралингвистическим можно отнести такие, как социальная, психологическая, эстетическая функции. Так, главной социальной движущей силой, которая влияет на развитие и изменения в любом языке, является общество. Человек в современном обществе свободен в своем политическом, социальном выборе, что находит отражение и в его языке. На выбор его языковых средств влияют и модные тенденции, согласно которым иноязычное слово может быть предпочтительнее в контексте языковой деятельности человека. Чаще всего новые иноязычные слова можно встретить в прессе и в других средствах массовой информации, например, на телевидении, в передачах, посвященных разным темам: от экономики до моды и спорта. Также играют роль социальные различия в употреблении новых иноязычных слов: люди старшего поколения реже употребляют новые заимствования, чем молодое поколение; уровень образования также определяет легкость освоения иноязычных слов; представители гуманитарных профессий более терпимо относятся к иноязычным словам, нежели специалисты технических профессий. Эстетическая функция заимствования заключается часто в его благозвучии по сравнению с родным словом заимствующего языка. Зачастую иноязычное слово придает беседе деловой характер, а употребление заимствованных общественно-политических слов свидетельствует о высокой степени политической активности говорящего.

В современном мире заимствования, благодаря процессу глобализации, влияющему на развитие языковых контактов и проникновение иноязычных слов во все языки, а также интенсификации использования телекоммуникационных и интернет-технологий, способствующих молниеносному распространению информации, быстро становятся привычными и активно употребляются широкими массами. Этот процесс находит отражение и в публицистическом дискурсе. СМИ играют наибольшую роль в обновлении общественно-политического лексического состава языка и распространении новых

слов. Заимствованные слова в области политики присутствуют здесь в большом количестве в связи с тем, что политическая ситуация в современном мире практически во всех странах меняется стремительно. Эти перемены порождают новые названия, термины, которые быстро распространяются. Так, английское слово *Brexit* прочно вошло во многие языки мира весной 2012 г., когда Британия стала активно обсуждать вопрос своего выхода из состава ЕС. Слово состоит из двух частей: *Britain* и *exit* — и переводится как «выход Британии». Но во всех языках употребляется именно английское слово *Brexit*, в том числе и в русском, часто с русской ассимиляцией — *брексит*. В электронном словаре немецкого языка *Duden* слово обозначено как относящееся к политическому жаргону [Duden]. Более того, здесь же представлено слово *Brexit*, что значит «сторонник брексита».

Анализ англоязычных статей, проведенный авторами, показал, что чаще всего заимствования используются в интродуктивном блоке статьи, который включает в себя заголовок (Headline) и подзаголовочный комплекс (Lead). Интродуктивный блок, находясь в более сильной позиции по сравнению с текстом статьи, обладает рядом прагматических задач. Во-первых, данный блок автоцентричен, заголовок и затем подзаголовок статьи выражает эксплицитно или имплицитно авторскую оценку событий, излагаемых далее в тексте. Т. ван Дейк считает, что в процессе реализации новостного текста именно в заголовке формулируется самая важная тема, вершина целостной макроструктуры текста, которая затем реализуется в вводном абзаце, а его начальные предложения сигнализируют о времени, месте, участниках главных событий [ван Дейк 1988].

Во-вторых, интродуктивный блок ориентирован на последующий текст статьи, без прочтения самой статьи не всегда можно правильно понять содержание заголовка и затем перевести его на родной язык. В-третьих, заголовок (Headline) и подзаголовок (Lead) ориентирован на читателя, реципиента текста и, что самое важное, на его фоновые и лингвистические знания. И, таким образом, имея трехстороннюю ориентированность на текст, адресанта и адресата, он превращается по определению Г. Плетта в «метапрагматический знак» и при помощи лексико-грамматических структур побуждает, инициирует читателя к прочтению статьи [Плетт 1975].

Поэтому целью данного исследования является изучение коммуникативно-прагматического потенциала немецких заимствований

в интродуктивном блоке, в котором последние приобретают политический подтекст и реализуются чаще, чем в основной и заключительной частях статей. Среди этих заимствований, как показал анализ периодических изданий за последние 3 года, в основном преобладают такие слова, как *Realpolitik* и *Ostpolitik*.

Слово *Realpolitik* переводится на русский язык как «реальная политика» и означает «политику, исходящую из возможного, без абстрактных программ и идеальных постулатов» [Duden]. Тем не менее в современном английском публицистическом дискурсе все чаще это слово приобретает негативные коннотации. Так, в словаре «Dictionary of Unfamiliar Words by Diagram» *Realpolitik* имеет уже два значения: первое — это «немецкое слово, означающее реальную политику, которая использовалась раньше для обозначения циничной политики, преследующей собственные интересы государства», тогда как во втором значении уже появляются такие уничижительные коннотации, как «безжалостный, меркантильный» подход к осуществлению политики, основанный на стремлении к власти и ее применению, что в свою очередь подчиняется глобальной цели политического дискурса — борьбе за власть [Шейгал, 2000]:

« 1. A German word meaning politics of realism, used to mean a cynical policy of pursuing a state's own interests.

2. An approach to politics that is not idealistic but ruthlessly opportunistic, especially in advancing the interests of a country» [Group Dictionary of Unfamiliar Words, 2008].

Например, в заголовке «Polling realpolitik» слово «realpolitik», употребленное автором во втором отрицательном значении, уже сигнализирует о его критической позиции к прошедшим президентским выборам в США, и далее в подзаголовке автор вводит новую подтему «вывод войск из Афганистана» и предлагает ее в качестве одной из причин падения рейтинга президента Джо Байдена: «How *damaging* has the Afghanistan withdrawal been to Joe Biden? The *decline* in his approval ratings over two weeks has been worse than 94% of fortnights going back to Nixon's inauguration» [The Economist, Sept. 2, 2021].

На лексико-грамматическом уровне воздействующая позиция автора усиливается при помощи лексем с отрицательной коннотацией «*damaging*», «*decline*», «*worse*», специального вопроса и категории времени *present perfect*. Как известно, в информационно-аналитических статьях СМИ отмечается большое количество вопросительных и восклицательных предложений по сравнению с

другими текстами публицистического стиля, так как указанные функциональные типы предложений усиливают эффект воздействия и выражают мнение автора статьи.

Или, например, в следующем заголовке: «Realpolitik for post-Brexit Britain» — из «Financial Times» автор актуализирует свое негативное отношение к Брекситу при помощи слова «Realpolitik», и далее в подзаголовке статьи используются уже модальный глагол *need* и двухкомпонентная лексема *hard-headed*: «The UK needs a hard-headed assessment of how to safeguard the national interest» [Philip Stephens, the Financial Times, Dec. 19, 2019].

По классификации Ф. Р. Палмера модальный глагол «need», наряду с такими глаголами, как «must», «have to», «should», относится к разряду деонтических глаголов, выражающих долженствование или обязательство, однако, в отличие от приведенных глаголов, «need» выражает слабый тип долженствования [Палмер 2001] и в данном предложении приобретает тактичные коннотативные оценки.

Что касается прилагательного «hard-headed», в электронном словаре *macmillan-dictionary* мы находим два значения этого слова:

1. able to make judgments and decisions in a practical way, without being influenced by emotions (способный принимать рациональные решения свободные от эмоций).

2. unwilling to change your mind or your behaviour (не желающий менять свое мнение или поведение) [Macmillan Dictionary].

Если первое значение акцентирует внимание на таких понятиях, как «расчетливость» и «практичность», то во втором значении появляются уже отрицательные коннотации: «упрямый, узколобый, нетерпимый». Таким образом, использование данного прилагательного после модального глагола «need» несколько снижает эмоционально-негативную коннотацию слова «hard-headed» и позволяют автору дипломатично апеллировать к правительству Великобритании, говоря о необходимости использования более реалистичных мер для защиты интересов страны.

Приведем примеры использования в политическом дискурсе английских СМИ слова *Ostpolitik*, которое на русский язык переводится как «восточная политика». В немецко-русском словаре за 1992 г. дается следующее объяснение данного перевода: «...восточная политика (по отношению к СССР и восточно-европейским странам»); а словосочетание *neue Ostpolitik* (пер. «новая восточная политика») толкуется как «проводив-

шаяся правительством ФРГ в 70-е годы». В словаре «Duden» за 1993 г. *Ostpolitik* трактуется как «политика западного правительства по отношению к странам в Восточной Европе и Азии». В современном электронном словаре «Duden» слово интерпретируется следующим образом: а) «политика по отношению к социалистическим странам Восточной Европы и Азии» с пометкой *früher* (раньше); б) «политика в отношении государств к востоку от собственной государственной (национальной) территории».

Так же, как и в случае с *Realpolitik*, слово *Ostpolitik* довольно часто используется в интродуктивном блоке статьи. Заголовок следующей статьи «A new Ostpolitik» сигнализирует об адаптации принципов *Ostpolitik* к двусторонним отношениям России и Германии на современном этапе. Употребление формы *Present Continuous* в подзаголовке нацелено на реализацию авторской интенции привлечь внимание потенциального читателя к прочтению его статьи сообщением о том, что две основные партии Германии расходятся в своих взглядах по отношению к России, а отношение населения к России становится более бескомпромиссным: «The two big parties differ, but Germans are hardening their views on Russia» [The Economist. Nov. 27, 2014]. Кроме того, употребление форм длительного времени в СМИ прагматически ориентировано и, по мнению Ю. Б. Шугайло, свидетельствует «о временности описываемой ситуации» [Шугайло 2014: 113—118].

С прагмалингвистической точки зрения интерес представляет статья из «Financial Times», где автор употребляет слово *Ostpolitik* не только в интродуктивном, но и в заключительном блоках. Употребление слова *Ostpolitik* в заголовке наряду с эмоционально окрашенным глагольным словосочетанием «breathes its last», что может быть переведено как «испустить последний вздох», раскрывает оценочную позицию автора в связи со скандалом вокруг проекта «Северный поток — 2»: «‘Ostpolitik’ breathes its last in the Nord Stream 2 pipeline controversy». Подзаголовок детализирует позицию автора и связывает воедино политических акторов (игроков), а именно Францию, Германию и Россию по отношению к данному проекту: «A Franco-German rift over the project is a reminder of Berlin’s history of ties with Moscow» [Financial Times, Frederick Stuedemann, Feb. 12, 2019]. В данном блоке автор эксплицитно дает свою оценку при помощи слов «controversy» и «rift», которые с точки зрения оценочности не являются нейтральными элементами. Обратимся к Окс-

фордскому словарю [Oxford Dictionary of English]:

Controversy — *public discussion and argument about something that many people strongly disagree about* (публичные обсуждения и споры относительно того, с чем большинство людей выражают категорическое несогласие).

Rift — *a serious break in the relationship between people* (серьезный разрыв в отношениях между людьми).

Анализ синонимических рядов этих слов показывает, что контекстуальными синонимами *controversy* могут выступать *argument, bickering, difference, discussion, polemic*. В случае с *rift* уже появляются семы отрицательной оценки: *breach, division, fissure, split, gap, flaw*. Другими словами, если лексема «controversy» всего лишь намекает на полемику, разногласия, то лексема «rift» уже свидетельствует о расколе в отношениях между двумя странами.

Прагматическая функция заключительного блока статьи, представляющего собой логико-оценочный вывод автора о непростой судьбе «Северного потока — 2» и имплицитный призыв к читателю разделить его мнение, реализуется на лексическом уровне при помощи понятия *Ostpolitik* и латинского изречения «*Pacta sunt servanda*» (договоры должны соблюдаться). Последнее используется в качестве создания положительного образа политической системы Германии через такие типичные особенности немецкого характера, как педантичность, стабильность и надежность:

— *As well as being trapped by the ghosts of Ostpolitik, Nord Stream 2 is also beset by another German character trait: reverence for the letter of the law (or treaty), reckons Sophia Besch of the Centre for European Reform. Pacta sunt servanda — agreements must be kept is a watchword that rattles through the German body politic, a demonstration of steadfast reliability. Admirable in many ways, but not always a guarantor of optimal outcomes.*

Заемствованные из немецкого языка слова *Realpolitik* и *Ostpolitik*, выйдя за собственно лингвистические рамки, переходят в разряд образов-концептов, которые формируются на основе как объективных фактов познания человеком своего внешнего и внутреннего мира, так и его субъективной (ассоциативно-оценочной и эмоциональной) интерпретации данных фактов [Лобкова 2005: 45—46]. И, соответственно, на примере проекта «Северный поток — 2» автор конструирует социально-оценочный и эмоциональный образ Германии, которая, отказавшись от конфронтационной политики

Ostpolitik по отношению к восточному соседу, России, демонстрирует прагматичную *Realpolitik*, продиктованную экономической целесообразностью, несмотря на противодействие со стороны западного сообщества, в том числе НАТО, что не всегда, по мнению Ф. Студемана, автора статьи, может гарантировать оптимальное решение проблемы.

В качестве вывода об использовании заимствований в любых текстах можно отметить следующее.

1. Заимствования представляют собой мощнейший фактор развития языка: ни один язык не может существовать без заимствований на разных уровнях. Они являются одним из ведущих источников обогащения словарного состава любого языка. Иноязычная лексика обладает богатейшим культурным, историческим значением и отражает многие экстралингвистические процессы, поэтому ее изучение выходит далеко за грани собственно лингвистического исследования.

2. Являясь языком глобального общения, английский проникает во все сферы жизнедеятельности человека, и в том числе в другие языки мира, оставляя в них свой лингвистический след в виде англицизмов. Однако в последнее время наблюдается и обратный процесс проникновения заимствований в английский язык. Одними из частотных заимствований из немецкого языка в политическом дискурсе английских СМИ является слово *Realpolitik* и *Ostpolitik*.

3. Как представлено в статье, эти слова появляются в английских статьях, как правило, в интродуктивном блоке, что способствует реализации интенций автора, привлекает внимание читателя и активизирует его знания — не только лингвистические, но и экстралингвистические.

Таким образом, функционирование заимствований в информационно-аналитических текстах СМИ многогранно: они апеллируют к фоновым знаниям читателя, его идеологическим представлениям и устанавливают своего рода виртуальный диалог адресанта (автора) и адресата (читателя), что, в свою очередь, обеспечивают определенный стилистический эффект воздействия, выраженный либо в эксплицитной, либо имплицитной форме, выражающей призыв, желание или сомнения автора.

ИСТОЧНИКИ

1. A new Ostpolitik // *The Economist*. — 2014. — Nov. 27th.
2. 'Ostpolitik' breathes its last in the Nord Stream 2 pipeline controversy by Frederick Studemann // *The Financial Times*. — 2019. — Feb. 12.
3. Polling realpolitik // *The Economist*. — 2021. — Sept. 2nd.
4. Realpolitik for post-Brexit Britain / Philip Stephens // *The Financial Times*. — 2019. — Dec.

ЛИТЕРАТУРА

5. Арутюнова, Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова. — Текст : непосредственный // Лингвистический энциклопедический словарь. — Москва : Советская энциклопедия, 1990.
6. Волохов, Ю. К. Словарные заимствования, пополнявшие английскую лексику в XX в. : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Волохов Ю. К. — Киев, 1974. — Текст : непосредственный.
7. Дейк, Т. А. ван. Стратегии понимания связного текста : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк, В. Кинч. — Текст : непосредственный // Новое в зарубежной лингвистике. — Москва : Прогресс, 1988. — Вып. XXIII.
8. Демьянков, В. З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста. Вып. 2. Методы анализа текста / В. З. Демьянков. — Москва : Всесоюз. центр переводов, 1982. — (Тетради новых терминов ; вып. 39). — Текст : непосредственный.
9. Жеребило, Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т. В. Жеребило. — Изд. 5-е, испр. и доп. — Назрань : Пилигрим, 2010. — Текст : непосредственный.
10. Кайда, Л. Г. Стилистика текста: от теории композиции к декодированию : учеб. пособие / Л. Г. Кайда. — Москва : Флинта, 2004. — Текст : непосредственный.
11. Кибрик, А. А. Модус, жанры и другие параметры классификации дискурсов / А. А. Кибрик. — Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. — 2009. — № 2. — С. 3—21.
12. Клушина, Н. И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000—2008 гг.) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Клушина Н. И. — Москва, 2008. — Текст : непосредственный.
13. Кожина, Н. М. Стилистика русского языка : учеб. / Н. М. Кожина, Л. Р. Дускаева, В. А. Салимовский. — 4-е изд., стер. — Москва : Наука, 2008. — Текст : непосредственный.
14. Крысин, Л. П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни / Л. П. Крысин. — Текст : непосредственный // Русский язык конца XX столетия (1985—1995). — Москва : Языки русской культуры, 1996. — С. 142—161.
15. Лобкова, Е. В. Образ-концепт «любовь» в русской языковой картине мира : дис. ... канд. филол. наук / Лобкова Е. В. — Омск, 2005. — Текст : непосредственный.
16. Немецко-русский словарь / К. Лейн, Д. Г. Мальцева, А. Н. Зуев [и др.]. — Москва : Русский язык, 1992. — Текст : непосредственный.
17. Солганик, Г. Я. Очерки модального синтаксиса : моногр. / Г. Я. Солганик. — Москва : Флинта, 2010. — Текст : непосредственный.
18. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Волгоград : Перемена, 2000. — Текст : непосредственный.
19. Шугайло, Ю. Б. Коммуникативно-прагматическая особенность форм настоящего времени Present Continuous в английском языке / Ю. Б. Шугайло. — Текст : непосредственный // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. — 2015. — № 11. — С. 113—118.
20. Group Dictionary of Unfamiliar Words / Diagram Group Copyright 2008 by Diagram Visual Information Limited.
21. Dijk, T. A. van. News as Discourse / T. A. van Dijk. — Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1988. — Text : unmediated.
22. Duden. — URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Brexit> (date of access: 16.10.2021). — Text : electronic.
23. Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. Das neue einsprachige Wörterbuch für Deutschlerner / Hrg. Dr. D. Götz, Dr. G. Haensch, Dr. H. Wellmann. — Berlin ; München ; Leipzig ; Wien ; Zürich ; New York : Langenscheidt, 1998. — 1183 S. — Text : unmediated.
24. Macmillan Dictionary. — URL: <https://www.macmillan.com/dictionary/british/hard-headed> (date of access: 12.11.2021). — Text : electronic.
25. Oxford Dictionary of English.
26. Palmer, F. R. Mood and Modality / F. R. Palmer. — Cambridge University Press, 2001. — Text : unmediated.
27. Plett, H. Textwissenschaft und Textanalyse / H. Plett. — Heidelberg, 1975. — Text : unmediated.

A. V. Shitikova

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO University), Moscow, Russia

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9753-8584>

G. N. Nasyrova

Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, Moscow, Russia

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7332-6456>

E-mail: anbogdanova@yandex.ru; gnm71@mail.ru.

Communicative and Pragmatic Aspects of the German Loan Words *Realpolitik* and *Ostpolitik* in the Publicistic Discourse of the British Mass Media

ABSTRACT. *The article deals with communicative and pragmatic aspects of the usage of the German loan words *Realpolitik* and *Ostpolitik* in the publicistic discourse of the British Mass Media in general and the headlines of informational and analytical articles in particular. The article presents the concepts “discourse”, “publicistic discourse”, “loan words”, and “image-concept”. It describes the main characteristics of the newspaper-publicistic discourse, analyzes the manipulative-informational function of journalism and its influence on the choice of the lexico-grammatical means determined by the global aim of the political discourse — fight for power. While studying the processes of borrowing foreign words, their reasons and functions, the authors offer a definition of the notion of an “introductory unit” of the article comprising a headline, a subheadline and its first paragraph. Drawing on van Dijk’s research of the pragmatic potential of news article headlines, the authors explore the communicative-pragmatic functions of the introductory unit of an article, and, after Plett, reveal the metapragmatic nature of this unit and its three-way focus on the text, author and recipient. The study analyses the socio-evaluative image-concept of the foreign policy of Germany, which is presented in the publicistic discourse by the German loan words *Realpolitik* and *Ostpolitik*, continuous tense forms, weak deontic verbs and emotive lexemes and verb phrases.*

KEYWORDS: *journalism; media linguistics; mass media; media discourse; media texts; mass media language; language means; British mass media; English; German; publicistic discourse; information and analytical articles; word borrowing; loan words; loan lexis; images-concepts; article headings; introductory block of the article; «Realpolitik»; «Ostpolitik»; weak deontic verbs; verb phrases.*

AUTHOR’S INFORMATION: *Shitikova Anzhelika Vladimirovna, Candidate of Philology, Senior Lecturer of the German Language Department, MGIMO University, Moscow, Russia.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Nasyrova Gul'nara Nailevna, Candidate of Philology, Associate Professor of the English Language Department, Faculty of International Relations and International Law, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of Russia, Moscow, Russia.*

FOR CITATION: *Shitikova, A. V. Communicative and Pragmatic Aspects of the German Loan Words Realpolitik and Ostpolitik in the Publicistic Discourse of the British Mass Media / A. V. Shitikova, G. N. Nasyrova // Political Linguistics. — 2021. — No 6 (90). — P. 98-105. — DOI 10.26170/1999-2629_2021_06_11.*

MATERIALS

1. A new Ostpolitik // *The Economist*. — 2014. — Nov. 27th.
2. 'Ostpolitik' breathes its last in the Nord Stream 2 pipeline controversy by Frederick Studemann // *The Financial Times*. — 2019. — Feb.12.
3. Polling realpolitik // *The Economist*. — 2021. — Sept. 2nd.
4. Realpolitik for post-Brexit Britain / Philip Stephens // *The Financial Times*. — 2019. — Dec.

REFERENCES

5. Arutyunova, N. D. Discourse / N. D. Arutyunova. — Text : unmediated // *Linguistic Encyclopedic Dictionary*. — Moscow : Soviet Encyclopedia, 1990. [Diskurs / N. D. Arutyunova. — Tekst : neposredstvennyy // *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar'*. — Moskva : Sovetskaya entsiklopediya, 1990]. — (In Rus.)
6. Volokhov, Yu. K. Dictionary Borrowings that Supplemented the English Vocabulary in the XX century : abstract of thesis ... of Cand. of Philol. Sciences / Volokhov Yu. K. — Kiev, 1974. — Text : unmediated. [Slovamy zaimstvovaniya, popolnivshie angliyskuyu leksiku v XX v. : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk / Volokhov Yu. K. — Kiev, 1974. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
7. Dyck, T. A. van. Strategies for Understanding a Coherent Text: Translation from English / T. A. van Dyck, V. Kinch. — Text : unmediated // *New in Foreign Linguistics*. — Moscow : Progress, 1988. — Iss. XXIII. [Strategii ponimaniya svyaznogo teksta : per.s angl. / T. A. van Deyk, V. Kinch. — Tekst : neposredstvennyy // *Novoe v zarubezhnoy lingvistike*. — Moskva : Progress, 1988. — Vyp. XXIII]. — (In Rus.)
8. Dem'yankov, V. Z. Anglo-Russian Terms in Applied Linguistics and Automatic Text Processing. Issue 2. Methods of Text Analysis / V. Z. Demyankov. — Moscow : All-Union. translation center, 1982. — (Notebooks of new terms ; issue 39). — Text : unmediated. [Anglo-russkie terminy po prikladnoy lingvistike i avtomaticheskoy pererabotke teksta. Vyp. 2. Metody analiza teksta / V. Z. Dem'yankov. — Moskva : Vsesoyuzn. tsentr perevodov, 1982. — (Tetradi novykh terminov ; vyp. 39). — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
9. Zhrebilo, T. V. Dictionary of Linguistic Terms / T. V. Zherebilo. — Ed. 5th, rev. and add. — Nazran : Pilgrim, 2010. — Text : unmediated. [Slovar' lingvisticheskikh terminov / T. V. Zherebilo. — Izd. 5-e, ispr. i dop. — Nazran' : Pilgrim, 2010. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
10. Kayda, L. G. Stylistics of the Text: from the Theory of Composition to Decoding : teaching aid / L. G. Kaida. — Moscow : Flinta, 2004. — Text : unmediated. [Stilistika teksta: ot teorii kompozitsii k dekodirovaniyu : ucheb. posobie / L. G. Kayda. — Moskva : Flinta, 2004. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
11. Kibrik, A. A. Modus, Genres and Other Parameters of the Classification of Discourses / A. A. Kibrik. — Text : unmediated // *Issues of Linguistics*. — 2009. — No. 2. — P. 3—21. [Modus, zhanry i drugie parametry klassifikatsii diskursov / A. A. Kibrik. — Tekst : neposredstvennyy // *Voprosy yazykoznaniiya*. — 2009. — № 2. — S. 3—21]. — (In Rus.)
12. Klushina, N. I. Intentional Categories of Publicistic Text (based on periodicals 2000—2008) : abstract of thesis ... of Dr. of Philol. sciences / Klushina N. I. — Moscow, 2008. — Text : unmediated. [Intentsional'nye kategorii publitsisticheskogo teksta (na materiale periodicheskikh izdaniy 2000 — 2008 gg.) : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk / Klushina N. I. — Moskva, 2008. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
13. Kozhina, N. M. Stylistics of the Russian Language : textbook / N. M. Kozhina, L. R. Duskaeva, V. A. Salimovskij. — 4th ed., ster. — Moscow : Science (Nauka), 2008. — Text : unmediated. [Stilistika russkogo yazyka : ucheb. / N. M. Kozhina, L. R. Duskaeva, V. A. Salimovskiy. — 4-e izd., ster. — Moskva : Nauka, 2008. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
14. Krysin, L. P. Foreign Language Word in the Context of Modern Social Life / L. P. Krysin. — Text : unmediated // *Russian Language of the late XX century (1985—1995)*. — Moscow : Languages of Russian culture, 1996. — P. 142—161. [Inoyazychnoe slovo v kontekste sovremennoy obshchestvennoy zhizni / L. P. Krysin. — Tekst : neposredstvennyy // *Russkiy yazyk kontsa XX stoletiya (1985—1995)*. — Moskva : Yazyki russkoy kultury, 1996. — S. 142—161]. — (In Rus.)
15. Lobkova, E. V. Image-concept "Love" in the Russian Language Picture of the World : thesis ... of Cand. of Philol. sciences / Lobkova E. V. — Omsk, 2005. — Text : unmediated. [Obraz-kontsept «lyubov'» v russkoy yazykovoy kartine mira : dis. ... kand. filol. nauk / Lobkova E. V. — Omsk, 2005. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
16. German-Russian Dictionary / K. Lane, D. G. Maltseva, A. N. Zuev [and others]. — Moscow : Russian Language, 1992. — Text : unmediated. [Nemetsko-russkiy slovar' / K. Leyn, D. G. Mal'tseva, A. N. Zuev [i dr.]. — Moskva : Russkiy yazyk, 1992. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
17. Solganik, G. Ya. Essays on Modal Syntax as monograph / G. Ya. Solganik. — Moscow : Flinta, 2010. — Text : unmediated. [Ocherki modal'nogo sintaksisa : monogr. / G. Ya. Solganik. — Moskva : Flinta, 2010. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
18. Sheygal, E. I. Semiotics of Political Discourse / E. I. Sheygal. — Volgograd : Change, 2000. — Text : unmediated. [Semiotika politicheskogo diskursa / E. I. Sheygal. — Volgograd : Peremena, 2000. — Tekst : neposredstvennyy]. — (In Rus.)
19. Shugaylo, Yu. B. Communicative-pragmasemantic Features of Present Continuous forms in English / Yu. B. Shugaylo. — Text : unmediated // *Bulletin of the Vyatka State Humanitarian University*. — 2015. — No. 11. — P. 113—118. [Kommunikativno-pragmasemanticheskie osobennosti form nastoyashchego vremeni Present Continuous v angliyskom yazyke / Yu. B. Shugaylo. — Tekst : neposredstvennyy // *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*. — 2015. — № 11. — S. 113—118]. — (In Rus.)
20. Group Dictionary of Unfamiliar Words / Diagram Group Copyright 2008 by Diagram Visual Information Limited.
21. Dijk, T. A. van. News as Discourse / T. A. van Dijk. — Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1988. — Text : unmediated.
22. Duden. — URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Brexit> (date of access: 16.10.2021). — Text : electronic.
23. Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache. Das neue einsprachige Wörterbuch für Deutschlerner / Hrg. Dr. D. Götz, Dr. G. Haensch, Dr. H. Wellmann. — Berlin ; München ; Leipzig ; Wien ; Zürich ; New York : Langenscheidt, 1998. — 1183 S. — Text : unmediated.
24. Macmillan Dictionary. — URL: <https://www.macmillandictionary.com/dictionary/british/hard-headed> (date of access: 12.11.2021). — Text : electronic.
25. Oxford Dictionary of English.
26. Palmer, F. R. Mood and Modality / F. R. Palmer. — Cambridge University Press, 2001. — Text : unmediated.
27. Plett, H. Textwissenschaft und Textanalyse / H. Plett. — Heidelberg, 1975. — Text : unmediated.