

Филаткина Гелия Сергеевна

АРГЕНТИНСКАЯ МЕДИАГРУППА CLAR?N: ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ КИРШНЕР И РОЛЬ В ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ 2015 Г.

В статье рассматриваются взаимоотношения крупнейшей аргентинской медиагруппы Clar?n (в переводе с испанского "Горн") с исполнительной властью в период с 2005 по 2015 гг. После президентства Нестора Киршнера политика новой администрации в отношении частных медиа резко изменилась в сторону открытого информационного противостояния. Отдельное внимание уделяется освещению ведущей аргентинской газетой Clar?n президентских выборов 2015 г., ее роли в продвижении кандидата от оппозиционного блока Маурисио Макри. Анализируется визуальное сопровождение публикаций газеты Clar?n, жанровые и языковые особенности предвыборных материалов, их тематика и оценка освещения кандидатов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2016/12-1/54.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 12(66): в 4-х ч. Ч. 1. С. 182-186. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2016/12-1/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

Список литературы

1. Прошина З. Г. Динамика развития английского языка в его региональных вариантах // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Серия Филология. 2012. № 2 (18). С. 200-206.
2. Файзрахманова Ю. С. Душа русского человека в корейском мире // Азия и Африка сегодня. 2015. № 10. С. 64-66.
3. EF English Proficiency Index 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ef.edu/epi/> (дата обращения: 20.10.2016).
4. Fayzrakmanova Yu. S. Koreanized English words from perspectives of Korean-English language contact // Asian Englishes. 2016. Vol. 18 (2). P. 1-16.
5. Hadikin G. Korean English. A corpus driven study of a new English. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2014. 192 p.
6. Lee K. Y. A study on A model of culture teaching and learning through EFL/ESL conversation materials as a generator of the successful communicative competence: Unpublished doctorate dissertation. Korea University, Seoul, 2005. 180 p.
7. Mamoru M. Japanese English for EIAL: what it should be like and how much has been introduced // Murata K. and Jenkins J. (eds.). Global Englishes in Asian Contexts Current and Future debates. N. Y.: Palgrave Macmillan, 2009. P. 73-94.
8. Park K. J. Asia Englishes and Miscommunication / edited by Nakano Michiko. Seoul: Korea University Press, 2007. 428 p.
9. Park K. J., Nakano M. A study of pragmatic functions of refusal expressions among Japanese Korean learners // Bulletin of the Institute of Language Teaching. Waseda University, 1999. Vol. 54. P. 1-36.
10. Shim R. J. Codified Korean English: Process, characteristics and consequence // World Englishes. 1999. Vol. 18 (2). P. 247-59.
11. Song J. J. English in South Korea revisited via Martin Jonghak Baik (1992, 1994), and Rosa Jinyoung Shim (1994) // World Englishes. 1998. Vol. 17 (2). P. 263-271.
12. Song H. L., Lee H. J. 굿바이 콩글리쉬 [Goodbye Konglish]: in 2 vol. Paju: Pub 365, 2014. Vol. 2. 171 p.

THE ACCULTURATION PROCESS IN LOCAL/REGIONAL VARIANTS OF THE ENGLISH LANGUAGE

Faizrahmanova Yuliya Suleimanovna
Vitus Bering Kamchatka State University
juliafayz@gmail.com

Functioning of English in different sociolinguistic and sociocultural contexts gives rise to various regional and local variants of the English language. Each of these variants is culturally marked and is able to reflect the cultural values, customs and traditions of the local society. The article discusses the process of acculturation by the example of the language situation in South Korea. The examples given by the author in the paper, confirm the ability of each regional variant of the English language to act as a conduit of native culture and mirror of local identity.

Key words and phrases: regional/local variants; linguistic contacts; acculturation; cultural identity; language situation of South Korea.

УДК 316.77; 070

В статье рассматриваются взаимоотношения крупнейшей аргентинской медиагруппы Clarín (в переводе с испанского «Горн») с исполнительной властью в период с 2005 по 2015 гг. После президентства Нестора Киршнера политика новой администрации в отношении частных медиа резко изменилась в сторону открытого информационного противостояния. Отдельное внимание уделяется освещению ведущей аргентинской газетой Clarín президентских выборов 2015 г., ее роли в продвижении кандидата от оппозиционного блока Маурисио Макри. Анализируется визуальное сопровождение публикаций газеты Clarín, жанровые и языковые особенности предвыборных материалов, их тематика и оценка освещения кандидатов.

Ключевые слова и фразы: газета Clarín; Киршнер; президентские выборы; медиагруппа; Аргентина; словообразование; лексикология.

Филаткина Гелія Сергеевна, к. филол. н.
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
geliafilatkina@gmail.com

**АРГЕНТИНСКАЯ МЕДИАГРУППА CLARÍN:
 ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С АДМИНИСТРАЦИЕЙ КИРШНЕР
 И РОЛЬ В ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ 2015 Г.**

Итоги президентских выборов в Аргентине и парламентских в Венесуэле 2015 г., а также глубокий политический кризис в Бразилии наглядно демонстрируют трудности, с которыми сталкиваются в последние годы левые правительства в латиноамериканском регионе. Вслед за политическими переменами начинает меняться и весьма характерная для Латинской Америки ситуация, в которой ведущие СМИ страны находятся в жесткой оппозиции к власти (возглавляемой, как правило, социалистическими и социал-демократическими правительствами). В этой связи нам представляется важным проследить, как менялись взаимоотношения между аргентинской медиакомпанией *Grupo Clarín* и исполнительной властью в период с 2005 по 2015 гг., когда страной управляла чета Киршнер, и какую роль сыграла ведущая газета Аргентины в президентских выборах 2015 г.

По состоянию на 2016 г. *Clarín* является ведущей медиагруппой в Аргентине и одной из самых крупных в Латинской Америке [12]. Кроме общенациональных и региональных газет и журналов, *Clarín* принадлежат издательства, теле- и радиостанции, агентство по организации праздников, компании-поставщики интернет-услуг и др. Основной массив акций (около 70%) медиахолдинга принадлежит небольшой группе акционеров, главным из которых является Эрнестина Эррера де Нобле (р. 1925 г.) – вдова Роберто Нобле – основателя газеты *Clarín* [15].

Взаимоотношения крупнейшей медиагруппы Аргентины и президентских администраций последнего десятилетия были весьма противоречивыми. 20 мая 2005 г. президент Аргентины Нестор Киршнер возобновил выдачу лицензий для основных радиовещательных компаний страны, чем обеспечил лояльное отношение к себе со стороны частных СМИ [13]. Конкуренты *Clarín* моментально обвинили группу в сговоре с правительством, сопроводив это серией разоблачительных публикаций.

Однако со вступлением в 2007 г. на пост президента Кристины Фернандес де Киршнер и после осложнения политической ситуации в стране в связи с забастовкой аграриев 2008 г. отношения медиагруппы *Clarín* с властью резко испортились. Ассоциации аграриев Аргентины устроили забастовку и перекрыли основные автомагистрали страны после того, как правительство 11 марта 2008 г. увеличило налоги на экспорт сои и подсолнечника. Принадлежащие главной медиагруппе СМИ резко осудили политику властей. Ведущее издание компании и одновременно всей страны газета *Clarín* опубликовала карикатуру на Кристину Киршнер, изобразив президента с заклеенным ртом, что было негативно встречено президентской администрацией [1, с. 135].

В 2009 г. конфликт усугубился после отмены правительством монопольного права телеоператора TSC (Televisión Satelital Codificada – в пер. с исп. «Кодифицированное спутниковое телевидение»), находящегося под контролем *Clarín*, на трансляцию футбольных матчей. В связи с тем, что в этот период практически все аргентинские футбольные клубы переживали серьезный экономический кризис, правительство предложило Аргентинской футбольной ассоциации показывать матчи национального чемпионата на государственном канале *Canal 7*, входящем в состав RTA SE – «Аргентинского государственного общества радио и телевидения». В результате все права на показ матчей чемпионата Аргентины были переданы седьмому каналу [Там же].

По-настоящему серьезное противостояние началось после принятия в 2009 г. антимонопольного Закона об аудиовизуальной коммуникации, согласно которому ни одна из компаний, работающих в сфере массмедиа, не может владеть в Аргентине более 10 лицензиями на теле- и радиовещание, в то время как ранее, по старому закону от 1980 г., аргентинские холдинги могли иметь до 24 подобных лицензий. Кроме того, медиахолдинги были лишены права предоставлять в регионах одновременно услуги кабельного и эфирного телевидения [16]. В соответствии с законом, *Clarín* была вынуждена отказаться от ряда своих медиактивов, в частности от популярного в Аргентине канала *El Trece*.

Противостояние между *Clarín* и Кристиной Киршнер продолжалось вплоть до окончания ее президентского срока – 10 декабря 2015 г., после чего тон материалов принадлежащих медиагруппе средств массовой информации по отношению к исполнительной власти резко изменился: победу на выборах одержал кандидат от оппозиционной коалиции «Давайте изменимся!» Маурисио Макри, который указом от 31 декабря 2015 г. снял многие ограничения, накладывавшиеся на частные СМИ законом 2009 г.

Большую роль в победе М. Макри на президентских выборах сыграл ведущий актив аргентинской медиагруппы – газета *Clarín*. Основанная в 1945 г., сегодня она является одной из самых крупных (в 2015 г. тираж в будни составляет почти 160 000 экз., воскресный тираж – 505 709 экз.) и влиятельных в Аргентине и Латинской Америке [7, р. 13]. Ее сайт – *clarin.com* – входит в десятку самых посещаемых сайтов в Аргентине [17]. Поэтому роль данного издания в формировании образов кандидатов в президенты и позиционировании их предвыборной программы была очень велика.

Для того чтобы продемонстрировать особенности и динамику освещения двух главных соперников выборной гонки – Даниэля Сциоли и Маурисио Макри – мы проанализировали 100 публикаций онлайн-версии газеты *Clarín* за период официальной предвыборной кампании (июль-ноябрь 2015 г.). В основу исследования был положен метод контент-анализа, в рамках которого мы рассматривали публикации издания по следующим критериям: визуальное сопровождение (фото, видео, карикатуры, графики, инфографика), жанровые и языковые особенности материалов, их тематика (программа, биографии кандидатов, их политический опыт, предвыборная полемика и др.), оценка освещения кандидатов (позитивная, нейтральная, негативная). Отметим, что для анализа использовались материалы исключительно штатных авторов *Clarín*.

Специально для освещения выборов газета открыла на своем сайте раздел «Elecciones-2015» [10], в котором размещала материалы, имеющие непосредственное отношение к выборной кампании. Ежедневно в этом разделе публиковалось до 40 материалов, а в период проведения выборов (первого и второго туров) это число увеличивалось вдвое.

Визуальное сопровождение публикаций. Почти все проанализированные материалы сопровождаются фотографиями, на которых изображены кандидаты, члены их семей, однопартийцы, избиратели (77%). Исключение составляют материалы, написанные в жанре аналитического комментария (23%). Число видеороликов составляет почти одну треть от общего количества визуальных материалов (32%). Что касается графики (таблицы, схемы) и инфографики, за изучаемый период этот тип визуального материала представлен в газете незначительно: всего три инфографики и пять схем, большинство из которых заимствованы из других изданий.

Специфика фотографий позволяет сделать два важных вывода. Во-первых, несмотря на всего двухлетнюю разницу в возрасте между основными соперниками, Даниэля Сциоли *Clarín* изображает усталым, апатичным

кандидатом, в отличие от Маурисио Макри, который выступает в фотогалерее издания улыбающимся, энергичным, активным политиком, намеревающимся существенно реформировать социально-политическую жизнь Аргентины (об этом напоминает и название его коалиции), который много ездит по стране, встречается и общается с избирателями. В поездках его зачастую сопровождает молодая супруга и их четырехлетняя дочь. Во-вторых, до первого тура выборов Сциоли появлялся на фотографиях совместно с Кристиной Киршнер, демонстрируя тем самым преемственность политического курса. Однако чем быстрее приближались выборы, тем больше Сциоли старался дистанцироваться от действующего президента, заявляя о своей независимости и политической самостоятельности. В отличие от своего соперника, Макри изначально позиционировал себя как кандидата, «не имеющего шефа» [2], чем во многом снискал к себе расположение со стороны избирателей.

Жанровые особенности. Анализ показал, что все проанализированные публикации написаны преимущественно в четырех жанрах: заметки (наиболее предпочтительный жанр), статьи, аналитического комментария и интервью. В зависимости от периода предвыборной кампании актуализация изданием тех или иных жанров была различной. Так, в начале кампании (июль-август) журналисты отдавали предпочтение жанрам небольшой информационной заметки (32 публикации). При этом каждому кандидату было отведено равное число материалов, написанных в этом жанре. В сентябре сразу вдвое увеличилось число материалов, написанных в жанре статьи и интервью, а в октябре, в месяц первого тура выборов, состоявшегося 25 октября, число статей и заметок сравнялось (по 7). Также в этот период увеличилось количество материалов в жанре аналитического комментария. Стоит отметить, что статей и аналитических комментариев, посвященных Маурисио Макри, оказалось в два с половиной раза больше, чем адресованных Даниэлю Сциоли. В ноябре, когда был проведен второй тур выборов (22 ноября), число статей превысило число заметок (12 и 8 соответственно). Увеличение к выборам материалов, написанных в аналитических жанрах, свидетельствует о том, что газета *Clarín* стремилась подробнее познакомить читателей с программами кандидатов и их политическим опытом.

Языковые особенности. Материалы, посвященные президентской кампании в Аргентине, представляют большой интерес с точки зрения словообразования и лексикологии. Один из наиболее распространенных способов образования новых слов – соединение двух корней. Так, в статье «“Давайте изменимся!” разезжает по стране на *Макримобиле*» («Cambiamos ya recoge el interior a bordo del *Macrimóvil*») встречаем слово «макримобиль», которым издание назвало автобус со всеми удобствами, в котором Маурисио Макри ездит по стране и проводит заседания своего штаба [5]. Обклеенный яркой предвыборной рекламой, штаб на колесах обращал на себя внимание избирателей, а новое слово быстро закрепилось за Макри, подчеркнув мобильность и современность кандидата. Стоит отметить, что в одной из публикаций *Clarín* встречается слово «*Sciolimóvil*», однако оно несет негативную коннотацию: автор публикации сравнивает «сциолимобиль» с неудачной попыткой подражать Папе Римскому, совершающему публичные поездки на специальном папамобиле [4].

Еще одним словообразовательным способом является суффиксация. Суффикс «-изм» при добавлении к существительному, как правило, образует существительное мужского рода со значением идейного течения, направления, мысли, стиля, характера действия и т.п. За исследуемый период в публикациях *Clarín* нередко встречаются такие слова, как «макризм» (*macrismo*) и «сциолизм» (*sciolismo*). В первом случае подразумевается политическая идеология кандидата Маурисио Макри, за которым стоит команда профессионалов, способных предложить реальные шаги по решению внутриполитических проблем Аргентины [8]. Сциолизм, в отличие от макризма, выступает как идеология одинокого (некомандного) политика, наследника эпохи Киршнер, который не способен вывести страну из экономического кризиса [9].

В материалах *Clarín* также используются оценочные суффиксы, наглядно демонстрирующие отношение авторов материалов к кандидатам. Так, например, в статье «От “котлеток” Заннини до “штрафного удара” Макри: лучшие фразы предвыборной кампании» («De las “chuletitas” de Zannini al “gol de tiro libre” de Macri, las mejores frases de la elección») кандидаты в президенты и члены их штабов рассказывали о том, чем будут заниматься в день голосования [6]. Маурисио Макри планировал играть в футбол и забить гол в матче, а после отправиться ужинать с семьей и друзьями. В свою очередь, Карлос Заннини, выдвигавшийся на должность вице-президента в паре со Сциоли, сообщил изданию, что сделал «котлетки из баранины», которые давно не ела его семья. Заголовок материала начинается именно с «котлеток» (суффикс «-ок» («-к») привносит оттенок уменьшительности), хотя в самом тексте фраза Заннини расположена в последнем абзаце, а о планах Макри, наоборот, сообщается в начале. Таким образом, оценочный суффикс позволяет судить о целеустремленности кандидатов и их настрое на победу.

Контент-анализ показал, что на протяжении всей избирательной кампании в материалах *Clarín*, посвященных Маурисио Макри, встречается больше слов с положительной коннотацией, чем в материалах о Даниэле Сциоли. В статьях об оппозиционном кандидате наиболее часто встречаются такие слова, как «развитие», «единая», «свобода», «развиваемся», «права», «мы», «медицина». В материалах о кандидате от правящей партии изобилуют слова «киршнеризм», «перонизм», «хустисиализм», «нация», «я», «К» (обобщение всего, что относится к уходящей эпохе правления четы Киршнер). Как видно, Сциоли газета сопровождает терминами, олицетворяющими период правления Киршнер, что в сознании многих аргентинцев, особенно молодого поколения, воспринимается негативно, в отличие от Макри, программа которого не имеет ничего общего с предвыборными тезисами Сциоли и представляет собой альтернативный путь развития Аргентины.

Тематика материалов. Перечень тем, которым были посвящены предвыборные публикации *Clarín*, охватывает до семи основных вариаций: предвыборная полемика кандидатов; встречи с избирателями и привлечение голосов; поддержка известными политическими и общественными деятелями; биография

кандидата; его семейная (личная) жизнь и поддержка семьи; участие в телевизионных дебатах; результаты выборных туров и реакция избирателей. В зависимости от месяца актуализация обозначенных тем была различна. Тем не менее, в период всей предвыборной кампании наиболее популярными были первые три темы. При этом Даниэль Сциоли позиционировался как несамостоятельный политик, «тень Кристины» [3], победа которого будет очень удобна для возвращения экс-президента на политический олимп спустя четыре года. В сентябре издание долго обсуждало его отказ участвовать в теледебатах с Маурисио Макри и еще одним соперником – Серхио Массой. Это могло напомнить избирателям об известном прецеденте в истории президентских выборов в США 1960 г., в ходе которых кандидат от Республиканской партии Ричард Никсон отказался принимать участие в последнем туре теледебатов с кандидатом от Демократической партии Джоном Кеннеди, признав, таким образом, свое поражение еще до начала выборов. После первого тура выборов *Clarín* сделала акцент на том, что результаты Сциоли – «худшие за всю историю перонизма» [14], чем еще больше сплотила оппозиционные силы вокруг Макри.

Оценка освещения кандидатов. На начальном этапе предвыборной кампании (июль-август) число материалов с позитивной и нейтральной лексикой, посвященных и Макри, и Сциоли, было примерно одинаковым (по 15 и 9 публикаций соответственно), хотя и с небольшим перевесом в сторону кандидата от оппозиции. В сентябре количество нейтральных материалов превышало публикации с позитивной и негативной оценкой (12 по обоим кандидатам). В октябре перед первым туром выборов значительно усилилась негативная оценка Сциоли (12) и заметно увеличилась нейтральная и позитивная оценка Макри (12), газета представляла последнего как вероятного победителя выборной гонки. В ноябре перед вторым туром число позитивных материалов о Макри в шесть раз превысило число аналогичных публикаций о Сциоли, которому газета посвятила материалы, отмеченные в основном нейтральной и негативной оценками (7). Во многом благодаря поддержке *Clarín* Маурисио Макри удалось опередить своего соперника во втором туре буквально на 2,8% голосов, и это при том, что до выборов многие аргентинские политологи прочили победу Даниэлю Сциоли, а в первом туре он даже обошел Макри на 3% [11].

Таким образом, мы показали, как менялись взаимоотношения между крупнейшей медиагруппой Аргентины *Clarín* и исполнительной властью за последнее десятилетие, в период правления четы Киришнер. Кульминация противостояния пришлось на 2009 г., когда Кристина Киришнер приняла антимонопольный Закон об аудиовизуальных коммуникациях. Свою оппозиционность газета *Clarín* – главный актив одноименной медиагруппы – сохранила вплоть до президентских выборов 2015 г., на которых победу одержал кандидат от оппозиционной коалиции «Давайте изменимся!» Маурисио Макри. Как показал контент-анализ онлайн-версии *Clarín*, газета сыграла не последнюю роль в его победе: позиционирование кандидата от оппозиции с помощью продуманной коммуникационной стратегии в более выгодном свете, нежели его основного соперника – проправительственного кандидата Даниэля Сциоли, позволило Макри консолидировать вокруг себя разрозненные оппозиционные силы и привлечь голоса избирателей. Своим указом от 31 декабря 2015 г. избранный президент значительно расширил права частных медиагрупп Аргентины.

Список литературы

1. **Процессы концентрации и монополизации средств массовой информации стран Латинской Америки (XX век): учебное пособие** / Н. Е. Расторгуева, В. В. Сбруев. М.: РУДН, 2012. 164 с.
2. **Amato A. El perfil de Macri: de un empresario que creció bajo su padre a un político sin jefes** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/Elecciones_2015-Mauricio_Macri-balotaje-perfil_0_1472252785.html (дата обращения: 20.07.2016).
3. **Aulicino E. Sombras propias en el camino a octubre** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/Sombras-propias-camino-octubre_0_1418258216.html (дата обращения: 23.07.2016).
4. **Búnker K: lugares vacíos, incertidumbre y llegada tarde de la Cámpora** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/Bunker-lugares-incertidumbre-y-llegada-Campora_0_1472253243.html (дата обращения: 10.10.2016).
5. **Cambiamos ya recorre el interior a bordo del Macrimovil** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/elecciones_2015-macrimovil_0_1423657625.html (дата обращения: 10.10.2016).
6. **De las “chuletitas” de Zannini al “gol de tiro libre” de Macri, las mejores frases de la elección** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/elecciones_2015/chuletitas-Zannini-Macri-mejores-eleccion_0_1472253157.html (дата обращения: 11.10.2016).
7. **El Boletín de Instituto Verificador de Circulaciones** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.revistaairelibre.com.ar/boletin.ivc.pdf> (дата обращения: 23.07.2016).
8. **El macrismo lanzó siete ideas para poder ganar el balotaje** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/Elecciones_2015-Cambiamos-Mauricio_Macri-balotaje_0_1460853901.html (дата обращения: 11.10.2016).
9. **El sciolismo y los K, del shock a la crisis** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/sciolismo-shock-crisis_0_1457254297.html (дата обращения: 11.10.2016).
10. **Elecciones 2015** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.clarin.com/elecciones-2015/> (дата обращения: 31.07.2016).
11. **Elecciones argentinas. Segunda vuelta presidencial 2015** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.resultados.gob.ar/balotaje/dat99/DPR99999A.htm> (дата обращения: 15.07.2016).
12. **Institucional** [Электронный ресурс] // Grupo Clarín. URL: <http://www.grupoclarin.com.ar/institucional/institucional> (дата обращения: 24.07.2016).
13. **Kirchner prorrogó la concesión de las licencias de radio y TV** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lanacion.com.ar/706099-kirchner-prorogo-la-concesion-de-las-licencias-de-radio-y-tv> (дата обращения: 25.07.2016).

14. **La peor elección del peronismo en toda su historia** [Электронный ресурс]. URL: http://www.clarin.com/politica/Elecciones_2015-Daniel_Scioli-FpV-peor_eleccion-historia-PJ_0_1456054605.html (дата обращения: 23.07.2016).
15. **Principales accionistas** [Электронный ресурс] // Grupo Clarín. URL: <http://www.grupoclarin.com.ar/institucional/principales-accionistas> (дата обращения: 24.07.2016).
16. **Servicios de comunicación audiovisual** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm> (дата обращения: 25.07.2016).
17. **Top sites en Argentina** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.alexa.com/topsites/countries/AR> (дата обращения: 15.07.2016).

ARGENTINEAN MEDIA GROUP *CLARÍN*: THE RELATIONS WITH ADMINISTRATION KIRCHNER AND THE ROLE IN PRESIDENTIAL ELECTIONS 2015

Filatkina Geliya Sergeevna, Ph. D. in Philology
Lomonosov Moscow State University
geliafilatkina@gmail.com

The article deals with the relationship of the largest Argentinean media group *Clarín* (Spanish for "horn") with the executive power in the period from 2005 to 2015. After Nestor Kirchner's presidency the policy of new administration in relation to private media changed dramatically in the direction of an open information confrontation. Special attention is paid to the coverage of presidential elections in 2015 by the leading Argentinean newspaper *Clarín*, its role in the promotion of a candidate from the opposition bloc Mauricio Macri. The author analyzes the visual accompaniment of publications of the newspaper *Clarín*, genre and language features of election materials, their subject matter and evaluation of candidates' coverage.

Key words and phrases: *Clarín* newspaper; Kirchner; presidential elections; media group; Argentina; word-formation; lexicology.

УДК 81'373.613

В статье подвергается анализу явление заимствования английских аббревиатур, в процессе освоения которых русским языком нередко происходит изменение либо их фонетического облика, либо их написания и морфологической принадлежности. Авторы исследуют фонетическую трансформацию англицизмов в русском языке на примере слов «ИМХО», «ОК», «ИТ», «АТМ», «эйчары» и др.

Ключевые слова и фразы: русский язык; английский язык; заимствование; англицизм; аббревиатура; фразеологизм.

Ходжагельдыев Байрам Дурдыевич, к. филол. н., доцент
Шурупова Ольга Сергеевна, к. филол. н.

Липецкий государственный педагогический университет имени П. П. Семенова-Тян-Шанского
b-ram44@yandex.ru; shurupova2011@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ЗАИМСТВОВАНИЯ АНГЛИЙСКИХ АББРЕВИАТУР

В последние десятилетия все больше стираются границы между разными народами, все более интенсивным становится общение между представителями различных наций и государств, продолжают расширяться культурные, деловые, торгово-экономические, политические, научные и др. контакты. Вполне объяснимым является стремительный рост словаря современного русского языка, во многом происходящий за счет появления в нем многочисленных англицизмов, касающихся практически всех сфер жизни. По словам современных исследователей, «основная причина лексических заимствований – необходимость обозначить с помощью заимствованного слова вновь появившийся специальный вид предметов или понятий» [6, с. 145].

Говоря о заимствованиях, Л. П. Крысин выражает сомнение, можно ли ставить знак равенства между собственным заимствованным словом и словом иноязычным. По мнению исследователя, не каждое слово, зарегистрированное в словаре как имеющее иностранные корни, может считаться полноценным заимствованием, прижившимся в русском языке. Так, важным признаком подлинного заимствования является его фонетическое освоение [2]. Для английского языка характерны дифтонги, и согласные на конце слов в этом языке не оглушаются. В русском все обстоит наоборот, и англицизмы, проникающие в русский язык, должны приспосабливаться к нашему произношению.

Достаточно интересно наблюдение за заимствованием английских фразеологизмов, которые, переходя в русский язык, обычно либо превращаются в сложные слова («бойфренд», «спичрайтер»), либо сокращают число компонентов, оставляя в качестве смыслообразующего одно стержневое слово («сотовый», «сеть»), либо сливаются в аббревиатуру («ИМХО», «пиар»). В последнем случае, в процессе фонетического освоения подобных слов, их произношение может меняться, подстраиваясь под законы русского языка.

Характерным примером таких изменений в фонетическом облике слова может служить аббревиатура «АСАП», происходящая от английского ‘ASAP’ – ‘as soon as possible’ – «как можно скорее». Носители