

ВЛИЯНИЕ СМИ НА ДИНАМИКУ ИНТЕРЛИНГВИСТИЧЕСКИХ И ИНТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ

Е.Н. Медведь,

Сумский государственный университет, г. Сумы

Статья освещает проблемы влияния СМИ на протекание языковых процессов. Превратившись в одну из основных сфер речепользования, средства массовой информации на современном этапе во многом определяют характер и свойства состояния любого языка. Отражение этих процессов в науке выразилось в становлении и закреплении понятия «язык СМИ», который быстрее, чем какой-либо иной языковой пласт, подвержен функциональной переориентации как на интерлингвистическом, так и на с учетом общей лингвокультурной ситуации в мире.

Ключевые слова: *средства массовой информации, «язык СМИ», функциональная переориентация, интралингвистический уровень.*

Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что совершенствование информационно–коммуникативных технологий привело к существованию особой формы языка – языка СМИ. Аккумулируя языковую, социальную и культурно–историческую память конкретных языков, он способствует росту общего корпуса текстов, функционирующих в сфере массовой коммуникации, которые на современном этапе приобретают межнациональный характер. Превращение массмедиа в одну из ключевых сфер современного речепользования существенно сказывается на протекании языковых процессов и тем самым способствует концентрации интересов лингвистов в сфере функционирования языка в массмедиа и развития новой отрасли языкознания – медиалингвистики.

Активное изучение медиаречи началось во второй половине XX ст., когда внимание ученых привлекли разные аспекты использования языка в средствах массовой информации, от чисто лингвистических и до разных маргинальных парадигм, а именно: прагмалингвистики, дискурсивного анализа, социалингвистики, психолингвистики, семиотики, когнитивной лингвистики, лингвокультурологии и пр. Исследуя особенности использования языка СМИ, ученые сходятся в том, что влияние массовых коммуникаций на процесс речи, и языка в частности, является значимым и требует внимательного, системного изучения – это и есть основной **проблемой** данного изыскания. Фундаментом для развития изучения функционирования медиаполя послужил **анализ основных научных работ** таких известных лингвистов, как Теун ван Дейк, Алан Белл, Мартин Монтгомери, Норман Фейерклаф, Дж. Серль, Р. Филлипсон, Д. Кристал, Д.Н. Шмелёв, Г.В. Степанов, В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик, С.И. Сметанина, Ю.М. Арский, О.А. Лаптева, П.Н. Денисов, Е.А. Селиванова и др.

Цель статьи заключается в осмыслении процессов речедеятельности в их интерлингвистической и интралингвистической динамике, что и является **объектом** изучения.

Концепция инфосферы, разработанная Ю.М. Арским [1], позволяет лучше понять особенности организации информационного пространства, законы движения информационных потоков, а также представить целостную информационную картину мира в динамике – и следовательно, имеет ключевое значение для понимания динамики языковых изменений как части лингвокультурных процессов, находящихся под влиянием многогранной деятельности целостной системы мировых и национальных массмедиа.

Лингвокультурное пространство является важнейшим структурным компонентом инфосферы. Говоря о роли СМИ в динамике языковых процессов, мы берем во внимание не только и не столько изменения, вызванные внедрением новых

информационных технологий, как качественные преобразования в общей лингвокультурной ситуации. Оценивая воздействие современных массмедиа на протекание языковых процессов, можно разграничить три уровня анализа: 1) геолингвистический, 2) интерлингвистический, 3) интралингвистический [2].

Геолингвистический уровень предполагает анализ воздействия СМИ на состояние и развитие общей лингвокультурной ситуации в мире и в регионах. Внимание сосредоточено на таких важнейших количественных и ареальных показателях, как изменение числа говорящих на том или ином языке, предел языковых сфер влияния, увеличение роли одних и уменьшение роли других языков в мировом информационном пространстве. Одним из основных признаков современной геолингвистической картины мира является бесспорное доминирование английского языка, которое проявляется, в том числе и в сфере массовой коммуникации. Концепция лингвокультурного пространства позволяет продемонстрировать фактическое несовпадение границ территориальных, государственных с границами информационных сфер влияния. Реальные контуры англо-американского лингвокультурного пространства выходят далеко за пределы территории соответствующих государств в силу огромного охвата англоязычного медиавещания и распространения Интернета. Совокупный объем англоязычных медиатекстов в силу ряда причин экономического, политического и социо-культурного характера заметно превышает объем текстов массовой информации на других языках мира. Например, мгновенная реакция на события в любой точке мира, их объективное освещение помогли американскому каналу всемирных новостей (CNN) завоевать популярность у телезрителей всего мира. BBCWorld пользуется репутацией одного из самых объективных каналов новостей, поэтому его смотрят и в Западной Европе, и в США, и в других странах мира. Все это свидетельствует о дальнейшей интеграции и глобализации международных информационных систем и отражается на протекании языковых процессов, качественной стороне речеупотребления, изменении языковых норм, а также на взаимодействии языков и культур.

Глобализация мирового информационного пространства способствовала не только значительному расширению сферы влияния английского языка, но и превращению его в общепризнанный язык международного общения - *lingua franca*: *"English has, in the twentieth century, become the international language par excellence. English has a dominant position in science, technology, medicine and computers; in research, books, periodicals, and software; in transnational business, trade, shipping and aviation; in diplomacy and international organizations; in mass media, entertainment, news industry and journalism; in youth culture and sport; in educational systems, as the most widely learnt foreign language. This non-exhaustive list of the domains in which English has a dominant, though not of course exclusive, place is indicative of the functional load carried by English. ...English has become a lingua franca to the point that any literate educated person is in a very real sense deprived if he does not know English"* [9, p.5].

В этой связи определенный интерес представляет концепция языкового империализма (*linguistic imperialism*), возникшая в рамках западноевропейской академической традиции в начале 90-х гг. XX в. как реакция на целиком позитивную оценку глобальной роли английского языка в современном мире. Сформулированная английским исследователем Р. Филлипсоном в книге *"Linguistic Imperialism"* концепция языкового империализма рассматривает доминирующую роль английского языка в современном мире как экспансию по отношению к другим языкам и культурам: *English is now entrenched world wide, as a result of British colonialism, international interdependence, 'revolutions' in technology, transport, communications and commerce, and because English is the language of the USA, a major economic, political and military force in the contemporary world. It is not only Britain which has gravitated towards linguistic homogeneity, but a significant portion of the entire world...* [9, p.10]. Автор считает, что "мировое господство" английского языка

обусловлено в основном социально-экономическими и политическими причинами, а также продвижением национальных интересов самых мощных англоязычных стран – США и Великобритании. Описание лингвокультурных и информационных процессов с помощью социально-экономического термина "империализм", обладающего известными негативными коннотациями, позволяет подчеркнуть их агрессивный, наступательный характер. Действительно, расширение сферы влияния английского языка в мировом информационном пространстве заметно усиливает его воздействие на другие языки, что, в частности, проявляется в большом количестве англоязычных заимствований. В свою очередь экспансия англоязычной массовой культуры неизбежно сопровождается сокращением доли национального медиапродукта на внутреннем рынке. И если одни страны, например Франция, пытаются как-то контролировать англоязычное влияние введением законодательных ограничений, то культурно-информационное пространство Украины продолжает оставаться совершенно открытым. Естественно, что это сказывается как на общей языковой ситуации, так и на внутреннем состоянии массмедиа.

Интерлингвистический анализ предполагает изучение медиаобусловленных механизмов взаимодействия языков, в частности способы заимствования лексических единиц, функционально-стилевую стратификацию заимствований, взаимовлияние коммуникативно-вещательных стилей.

Поскольку в условиях информационного общества культурно-языковое влияние наиболее активно осуществляется по каналам массовой коммуникации, доминирующее воздействие англоязычной медиаречи на мировое информационное пространство, в том числе и на его украинский сегмент, ясно прослеживается при анализе соответствующих медиадискурсов. Воздействие англо-американских массмедиа на украинские СМИ заметно как на уровне формата и содержания, так и на уровне языка. Широкое распространение англоязычных образцов теле- и радиопродукции, копирование (как лицензированное, так и нелицензированное) формата и содержания, мощная волна англоязычных заимствований, имитация коммуникативно-вещательных стилей - все это характерные признаки современных украинских медиатекстов. Одним из наиболее ярких примеров англоязычного медиавлияния на формат и содержание текстов массовой информации в Украине являются передачи, сделанные по образцу известных западных программ. Так, многие популярные проекты украинского телевидения представляют собой аналоги известных западных телешоу. Возникшие на англо-американской почве популярные теле- и радиоформаты успешно приживаются в "независимой" Украине: количество передач, использующих такие базовые для англоязычных массмедиа форматы, как talk-show, quiz game, phone-in programme, candid camera, confession television, reality show и т.д., неуклонно растет. Заимствуются не только форматы, но и содержание. Не секрет, что многие российские издания, в которых освещаются новинки мирового кино, популярной музыки, а также события в мире шоу-бизнеса, делают свои материалы о жизни зарубежных звезд, в основном "перекачивая" статьи с Интернет-сайтов популярных англоязычных журналов типа "Hello". Причем практиковавшаяся ранее ссылка "по материалам зарубежной прессы" в настоящее время чаще всего отсутствует.

Влияние англо-американских массмедиа на уровне языка проявляется в мощной волне заимствований английской лексики. Современный украинский язык буквально наводнен словами английского происхождения, которые проникли практически во все сферы речупотребления. Достаточно беглого взгляда на страницу любой газеты, чтобы встретить такие слова, как *бізнес, менеджмент, маркетинг, брокер, дилер, спонсор, спікер, спічрайтер, трейдер, кілер, діджей, драйв, рейв, шоумен, промоушен, паті, файл, електорат* и т.д. Конечно, было бы неверно утверждать, что все эти англоязычные заимствования попали в украинский язык именно через тексты массовой информации. Однако следует помнить, что в условиях информационного общества культурно-языковое влияние наиболее активно осуществляется именно по

каналам массовой коммуникации, при этом СМИ выполняют функции своего рода катализатора в формировании и протекании языковых процессов. Слово в массмедиа обладает необыкновенной силой: появившись однажды в телевизионной речи или на страницах прессы, оно мгновенно подхватывается массовой аудиторией, все глубже проникая в родной язык.

Лингвисты справедливо полагают, что интенсивное внедрение английской лексики в другие языки обусловлено той доминирующей, глобальной ролью, которую английский язык играет в современном мире: *"When the amount of information needing to be processed came to exceed human capabilities, the computer appeared on the scene, transforming the processes of planning and calculation. When the need for global communication came to exceed the limits set by language barriers, the spread of English accelerated, transforming existing patterns of international communication... English has been successfully promoted, and has been eagerly adopted in the global linguistic marketplace. One symptom of the impact of English is linguistic borrowing"* [8, p.27].

С концептуальной точки зрения заимствования, как правило, отражают наиболее развитые в рамках той или иной национальной культуры сферы деятельности. Так, на страницах британской прессы нередко можно встретить слова французского языка, которые употребляются для обозначения предметов стильной жизни, высокой моды и изысков гастрономии, например: *haute couture, soiree, clientele, vin de table* и т.п. В украинском в свою очередь заимствования из английского концептуально связаны с такими областями, как бизнес, политика, спорт, компьютерные технологии, популярная музыка, молодежная культура: *менеджмент* (управление), *шоу-бизнес*, *саммит* (встреча на высшем уровне), *промоушен*, *хавбек* (полузащитник).

Представители национальных лингвистических школ, в том числе школы русской, подчеркивают, что интенсивное внедрение англицизмов наносит непоправимый ущерб родному языку и культуре. Например, П.Н. Денисов выражает серьезную озабоченность по поводу неоправданной американизации современного русского языка: "Нынешняя неумеренная американизация русского языка ничем не оправдана. Тотальная замена национальной культуры американскими фильмами, рекламой, весь этот "новояз" – *брифинги, лизинги, холдинги, армрестлинги*, усечения типа *Влад, Стас* в официальной речи, отбрасывание отчеств на американский манер даже в именах первых лиц государства – все это ведет к утрате своего языка, культуры и национального самосознания" [3].

Некоторые англоязычные заимствования уже настолько прочно вошли в современное речупотребление, что замена их на лексические эквиваленты родного языка представляется довольно сложной. Особенно это относится к тем случаям, когда английское слово обозначает относительно новое для украинской действительности понятие, описание которого средствами родного языка требует определенных лексических усилий. Так, украинский эквивалент англо-американского понятия "*public relations*" (связи с общественностью) вряд ли полностью вытеснит из обихода английский термин "*паблик рилейшнз*" (PR) и его русское производное "*пиарщик*" (специалист по связям с общественностью):

В значительном количестве медиатекстов употребление англоязычных заимствований мотивировано стремлением сохранить более экономичную языковую форму, например, использование английского слова "*primaries*" (*праймериз*) вместо словосочетания "первичные выборы" либо намерением создать определенный стилистический эффект: *драйв, шузы, бота* (молодежный сленг).

Гораздо легче иногда сохранить иностранное название, чем перевести его на украинский язык, как, например словосочетание "*exit polls*" (опрос избирателей после голосования на выходе из избирательного участка) или широко распространенное сегодня слово "*ombudsman*" (представитель по правам человека). Это слово скандинавского происхождения, широко используется в современном английском языке для обозначения людей, которые представляют интересы и защищают права

граждан в различных организациях, в том числе в средствах массовой информации. Причем в соответствии с требованиями политкорректности "омбудсмен" часто превращается в "ombudsperson": "Related to the news council concept, but more media-connected, was the **ombudsman, or ombudsperson**, an idea borrowed in the 1970s from a Scandinavian practice. A media organisation would have a person specifically designated to hear public complaints against it, to serve as the people's advocate to the media managers, to provide internal criticism and to write reports to the administrators and columns for the newspapers. These **ombudspersons** would give personal and confidential hearing to disgruntled audience members, would mediate in disputes, would investigate charges, would criticize media personnel and would counsel media managers" [7, p.39].

Анализ языковых процессов на интерлингвистическом уровне позволяет также высказать предположение о том, что существует некая мода на определенные слова и выражения, распространяемая через средства массовой информации, и именно СМИ способствуют распространению нового, "модного" варианта употребления лексемы на другие лингвокультурные узусы. Например, звучащее почти в каждом выступлении современного политика слово "прозорий": *прозорий бюджет, прозорий уряд, прозорий механізм розподілу пільг* и т.д. Традиционно сочетавшееся с существительными, обозначающими физическую сущность, - *прозрачный воздух, прозрачная вода, прозрачное стекло*, — данное прилагательное с конца 90-х гг. XX в. стало активно употребляться для обозначения таких абстрактных понятий, как бюджет, политика, финансирование, ситуация, политические структуры, органы власти и т.п. Причем процесс этот был инициирован именно в англоязычном регионе: сначала появились "transparent policies", "transparent government", "transparent budget", а потом с помощью массмедиа данные варианты сочетаемости перекочевали и в другие языки, в том числе в украинский.

Исследуя роль СМИ во взаимодействии английского и русского медиадискурсов, нельзя не сказать и о влиянии русского языка как языка одной из крупных держав мира и языка ООН на английский, которое, конечно, не столь ощутимо, но все-таки в определенных контекстах имеет место. Наиболее типичный контекст - это так называемая экспатриантская пресса (expat media), иначе говоря, пресса, предназначенная для проживающих и работающих за рубежом. Примерами такой прессы могут служить "The Moscow Times" и "The Russian Journal", "The Moscow Tribune", "The St. Petersburg Times", "Capital", издающиеся компанией "Independent Media" и предназначенные как для иностранцев, так и для граждан, владеющих английским языком. Анализ данных изданий свидетельствует о том, что тексты массовой информации немедленно реагируют на доминирующее лингвокультурное окружение, интегрируя наиболее частотную и культурнозначимую лексику. Т.Г. Добросклонская систематизировала, к каким областям знания относятся русские слова, наиболее часто используемые корреспондентами изданий, указанных выше, и выделила следующие семантические доминанты:

– слова и выражения, обозначающие формулы вежливости и быстро меняющиеся формы обращения, например: *здравствуйте, спасибо, привет, до свидания, девушка, женщина, молодой человек, господа* и т.д.;

– так называемые "модные", часто употребляемые слова, которые можно отнести к жаргону и молодежной лексике, например: *tusovka – a crowded reception, gaishnik – a representative of the Russian road police, mne po figu – a nice way of saying you don't give a damn*;

– слова, обозначающие реалии русской жизни и не имеющие аналогов в англоязычной культурной традиции, так называемая безэквивалентная лексика, типа *dacha, troika, banya, kasha, pelmeni, borsch, shchi* и т.п. [4].

Причем следует отметить, что в некоторых случаях, несмотря на наличие соответствующего эквивалента, необходимого для обозначения того или иного явления российской действительности, в английском языке иностранные журналисты предпочитают использовать слово русского языка, подчеркивая таким образом

межкультурные различия, несовпадение семантических границ понятия в русской и английской культурной традициях. Например, русское слово *бабушка* достаточно часто встречается в англоязычных текстах массовой информации о России: "*While expats were quietly sending their children out of the country, Russian babushki were pouring back into the capital after a summer break with the grandchildren at the dacha* [7, p.251]. В данном случае предпочтение русского слова слову английскому объясняется тем, что русское слово *бабушка* помимо прямого обозначения степени родства заключает в себе целую гамму дополнительных лингвокультурологических коннотаций, которые не могут быть переданы с помощью английского слова соответствующего значения *grandmother, granny*.

Переходя к анализу роли массмедиа на внутриязыковом, или интралингвистическом, уровне, рассмотрим влияние СМИ на функционирование языка в рамках одного лингвокультурного узуса. Говоря о языковых процессах, пусковым механизмом которых служат массмедиа, в первую очередь следует обратить внимание на такие, как тенденция к размыванию четких стилевых границ; распространение норм разговорного стиля в базовом корпусе медиаречи (новости, информационная аналитика, комментарий); тиражирование ошибочного речупотребления (неправильное ударение, грамматические ошибки, неверная сочетаемость); снижение речевой нормы за счет употребления в СМИ сленга, ненормативной лексики и т.д.

Тенденция к стиранию четких стилевых разграничений внутри корпуса медиаречи отмечается многими исследователями, как отечественными, так и зарубежными. Эта тенденция обусловлена чрезвычайной подвижностью и динамизмом самой жанрово-типологической парадигмой медиадискурса. Основные типы медиатекстов - новости, информационная аналитика (*comment and analysis*), публицистика (*features*) и реклама (*advertising*), - находясь в постоянном взаимодействии и непосредственной временной и пространственной близости (публицистика и информационно-аналитические программы прерываются рекламой, новости соседствуют с комментарием и т.п.), естественно оказывают влияние друг на друга. Иногда это приводит к появлению новых жанрово-стилистических гибридов типа "инфотейнмент" (*infotainment*) или "инфомерция" (*infomercial*). Включение в новостные материалы развлекательного или рекламного компонентов диктуется все тем же ключевым стремлением массовой коммуникации - привлечь как можно большую аудиторию.

Специалисты отмечают также сближение норм устной и письменной речи в СМИ, что обусловлено функционально-технологическими особенностями самих дискурсивных практик массовой коммуникации. Так, производство и распространение медиатекстов включает такие специальные техники, как чтение с бегущей строки, перевод первично устного текста (например, интервью) в письменную форму публикации, интеграцию речи спонтанной и речи подготовленной, смешение разговорных и книжно-письменных стилей [5].

Автор известной книги "Живая русская речь с телеэкрана" О.А. Лаптева пишет: "Влияние звучащих средств массовой информации на языковые процессы трудно переоценить. Теперь язык прессы и звучащих средств массовой информации все менее смыкается с книжно-письменным типом литературного языка. Информационная и официальная телевизионная речь испытывают огромное по силе воздействие устно-речевой стихии, происходит неконтролируемое смешение книжно-письменных и устно-разговорных речевых особенностей, что способствует общему снижению речевой культуры" [5, p.132].

Действительно, современная культура речи, состояние и движение языковой нормы в значительной степени определяются такими базовыми свойствами массовой коммуникации, как многократная повторяемость и огромный охват аудитории. К сожалению, известная русская пословица "что написано пером, то не вырубишь топором" применима сегодня и к электронным СМИ, в особенности к телевидению.

Речь, звучащая с телеэкрана, воспринимается как норма, и только чуткое ухо специалиста способно заметить языковые "погрешности".

Всесторонний анализ особенностей речеупотребления в сфере массовой коммуникации дает Ю.В. Рождественский, который в своем фундаментальном труде "Теория риторики" [6] останавливается на таких значимых свойствах медиатекстов, как корпоративный характер их производства и идеологический плюрализм, подчеркивая, что речедателями в массовой информации являются не отдельные лица, а организации. Именно эти новые коллективные классы речедателей, противостоящие классам индивидуальных пользователей языка, и отвечают за общее состояние и развитие языка СМИ. Ю.В. Рождественский, определяя важнейшие социолингвистические аспекты языка СМИ, отмечает, что массовая информация является глобальным текстом, объединяющим разные языковые сообщества с их различными социальными речевыми структурами. При этом, не смотря на различие языковых систем, понимаемых лингвистически, массовая информация обладает принципиальным единством смысла и направленностью содержания. Существенным представляется наблюдение о речерегулирующей функции языка СМИ, который выступает в качестве своего рода распространителя речевых стилей и формирует у потребителя массовой коммуникации определенные, часто неосознанные, вкусы и предпочтения в области речепользования.

Вывод. Влияние СМИ на протекание языковых процессов отмечают исследователи и в отношении других европейских языков – английского, французского, немецкого, испанского, итальянского. Таким образом, можно сделать вывод, что роль, которую играют массмедиа в динамике языкового развития огромна. Превратившись в одну из основных сфер речепользования, средства массовой информации на современном этапе во многом определяют характер и свойства состояния любого языка. Отражение этих процессов в науке выразилось в становлении и закреплении понятия «язык СМИ», который быстрее, чем какой-либо иной языковой пласт, подвержен функциональной переориентации как на интерлингвистическом, так и на интралингвистическом уровнях с учетом общей лингвокультурной ситуации в мире.

ВПЛИВ ЗМІ НА ДИНАМІКУ ІНТЕРЛІНГВІСТИЧНИХ ТА ІНТРАЛІНГВІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ

О.М. Медвідь

Стаття висвітлює проблеми впливу ЗМІ на протікання мовних процесів. Перетворившись на одну з основних сфер мовлення, засоби масової інформації на сучасному етапі багато в чому визначають характер і властивості стану будь-якої мови. Відображення цих процесів в науці виразилося в становленні і закріпленні поняття «мова ЗМІ», яка швидше, ніж який-небудь інший мовний пласт, схильний до функціональної переорієнтації як на інтерлінгвістичному, так і на інтралінгвістичному рівнях з урахуванням загальної лінгвокультурної ситуації у світ

Ключові слова: засоби масової інформації, «мова ЗМІ», функціональна переорієнтація, інтралінгвістичний рівень.

MASS MEDIA INFLUENCE OF THE INTERLINGUISTIC AND INTRALINGUISTIC DYNAMICS

E.N. Medvid

The article touches upon the problems of mass media influence on language functioning. Being one of the main speech spheres mass media identify the character and peculiarities of any language. The scientific analysis of this process is extrapolated in the notion of "mass media language" the can faster then any other strata of language get into the functioning shifting both at the interlinguistic and intralinguistic levels taking into account the general linguacultural situation in the world.

Key words: of mass media influence, "mass media language", functioning shifting, interlinguistic and intralinguistic levels.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Арский Ю.М. Инфосфера: информационные структуры, системы и процессы в науке и в обществе / Ю.М. Арский, Р.С. Гиляревский, А.С. Туров, А.И. Черный. – М.: ВИНТИ, 1996. – 490 с.
2. Володина М.Н. Язык средств массовой информации: учебное пособие [для студ. вузов] / М.Н.Володина. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760с. – (Gaudeamus). ISBN 978–5–8291–0991–2
3. Денисов П.Н. Нужен закон о защите русского языка / П.Н. Денисов // Власть в России. –1996. – №17–18.
4. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов. Опыт исследования современной английской медиаречи / Т.Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с. ISBN: 5–354–01133–7
5. Лаптева О.А. Живая русская речь с телеэкрана / О.А. Лаптева. – М.: Едиториал УРСС, 2001. – 520 с. ISBN: 5–8360–0204–5.
6. Рождественский Ю.В. Теория риторики / Ю.В. Рождественский. – М.: Добросет, 1997. – 597 с.
7. Boyd-Barret O. Imperialism: towards an International Framework for the Analysis of Media Systems. – L., 1977.
8. Crystal D. English as a Global Language. Cambridge University Press, 1997.
9. Phillipson R. Linguistic Imperialism. – L., 1992.

Поступила в редакцию 28 октября 2010 г.