

Санкт-Петербургский государственный университет

ЛОУ Синьвэй

Выпускная квалификационная работа

**Заимствованная лексика в современной публицистике:
функциональный и стилистический аспекты (на материале журнала
«Огонек»)**

Уровень образования: магистратура

Направление 45.04.02 «Лингвистика»

Основная образовательная программа ВМ.5621. «Русский язык»

Научный руководитель:
доцент, Кафедра русского языка,
Старовойтова Ольга Альбертовна

Рецензент:
доцент, СПбГУПТД
«Санкт-Петербургский
государственный
университет
промышленных
технологий и дизайна»,
Романова Наталья Юрьевна

Санкт-Петербург
2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	1
ГЛАВА1. Теоретические проблемы изучения заимствованной лексики в современной публицистике в функциональном и стилистическом аспектах	5
1.1 Понятие заимствованной лексики. Определение заимствования	5
1.1.1 Заимствования слов из древнеславянского языка	7
1.1.2 Заимствования из неславянских языков	7
1.2 Причины заимствования иноязычной лексики	10
1.3 Способы заимствования иноязычной лексики	13
Выводы	17
ГЛАВА2. Язык публицистики	19
2.1 Понятие языка публицистики	19
2.2 Направления изучения языка публицистики	21
2.2.1 Направление нормативной стилистики	21
2.2.2 Направление функциональной стилистики	23
2.2.3 Использование газетного языка как материала для изучения изменения стандартного языка	24
2.3 Изучение языка СМИ в российской лингвистике	25
2.4 Черты и лексические особенности «языка публицистики»	29
2.5 Функции языка публицистики	31

Выводы.....	32
ГЛАВА3. Функционирование и стилистика заимствованной лексики в современной публицистике	33
3.1 Методология анализа материала	33
3.2 Употребление заимствованной лексики в современной публицистике.	34
3.3 Стилистическая характеристика заимствованной лексики на материале журнала «Огонек».....	35
3.3.1 Изменение эмоционально-оценочной окраски заимствованной лексики.....	37
3.3.2 Изменение функционально-стилевой окраски заимствованной лексики.....	41
3.4 Функции заимствованной лексики на материале журнала «Огонек».....	47
3.4.1 Номинативная функция.....	47
3.4.2 Функция экономии языковых средств	52
3.4.3 Функция эмоциональной оценки	56
3.4.4 Функция описания экзотики.....	62
3.4.5 Функция обогащения авторского языка	68
Выводы.....	72
Заключение	73
Список литературы	75

Введение

Являясь наиболее традиционным и непосредственным средством общения людей с древних времен, язык тесно связан с развитием общества и культуры, а также является зеркалом человеческой мысли. Абсолютно неизбежно, когда разные языки взаимодействуют друг с другом в процессе человеческого общения. Как наиболее активный фактор развития языка, заимствования являются самым ярким проявлением взаимного проникновения разных языков, поэтому их изучение имеет большое значение для понимания процесса социального развития человека и культурного обмена.

В России начали изучать заимствования достаточно давно: в 1725 г. по приказу Петра I появился первый словарь заимствований – «Лексикон вокабулам новым по алфавиту». Советский период был пиком изучения заимствований в русском языке, в том числе известным лингвистом Л.П. Крысиным. В своей книге «Иноязычные слова в современном русском языке» исследователь утверждает, что только при взаимодействии людей, говорящих на разных языках, в язык неизбежно войдут заимствования. В работе «Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни» ученый полагает, что один из наиболее живых и социально значимых процессов, происходящих в современной русской речи, – процесс активизации управления иноязычных слов. Э.Ф. Володарская в статье «Заимствование как отражение русско-английских контактов» определяет заимствование как универсальное языковое явление, заключающееся в акцепции одним языком лингвистического материала из другого языка вследствие

экстралингвистических контактов между ними, различающихся по уровню и формам» [Володарская 2002, 96].

Актуальность темы выпускной квалификационной работы (далее – ВКР) связана с тем, что в последние десятилетия в современном русском языке появилось много заимствованных лексем, которые в значительной степени способствуют развитию русской языковой системы, а также свидетельствует о распространении в России разных культур.

Теоретическая и практическая ценность работы. Теоретическая ценность состоит в том, что результаты данного исследования обогащают теорию заимствования, в частности в аспекте функционального и стилистического использования заимствованной лексики в современной публицистике. Практическая ценность заключается в том, что данная работа знакомит с заимствованной лексикой в современной публицистике, а также может вызвать интерес не только к причинам, но и истории заимствования иноязычной лексики.

Цель и задачи работы. Целью данного исследования является выявление и анализ заимствованной лексики в современной публицистике в функциональном и стилистическом аспектах на материале журнала «Огонек».

Достижению этой цели подчинены следующие задачи:

1. определить объект, предмет и материал исследования;
2. представить теоретическую базу;
3. методом сплошной выборки выявить лексику для анализа;
4. описать источники заимствованной лексики в современной

- публицистике и проанализировать способы и причины заимствований;
5. классифицировать заимствованную лексику по морфологическим, фонетическим признакам и лексическому значению;
 6. проанализировать функции и стилистические особенности употребления заимствованной лексики в русском языке;
 7. проанализировать материал в связи внеязыковыми факторами, например, с историческими событиями.

Материал исследования был извлечен из следующих ресурсов:

1. журнал «Огонек»,
2. Национальный корпус русского языка (далее –НКРЯ);
3. <http://gramota.ru>;
4. <https://gufo.me/>;
5. авторитетные словари.

Методология и методы исследования. Методологической основой настоящей работы послужили исследования В.В. Виноградова, Н.В Габдреевой, Л.П. Крысина, Е.В. Мариновой и др., посвященные различным проблемам заимствования слов. В ходе исследования были использованы следующие методы:

- 1) сплошной выборки материала;
- 2) метод наблюдения и лингвистического описания;
- 3) метод классификации языковых единиц;
- 4) сравнительно-сопоставительный метод;

- 5) метод компонентного анализа;
- 6) метод словообразовательного анализа;
- 7) метод логического анализа;
- 8) метод количественной обработки данных.

Новизна работы состоит в выяснении причин использования заимствованной лексики в современной публицистике.

Структура ВКР. Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и словарей.

ГЛАВА 1. Теоретические проблемы изучения заимствованной лексики в современной публицистике в функциональном и стилистическом аспектах

Лексические единицы современного русского литературного языка по происхождению можно разделить на исконно русские и заимствованные слова.

История России – это история тесных связей и обменов с другими странами и народами в экономическом, политическом, культурном и военном отношении, что в итоге привело к появлению большого количества заимствованных слов в разные исторические периоды. Они пришли в русский язык через устные или письменные каналы.

1.1 Понятие заимствованной лексики. Определение заимствования

По мнению Л.Н. Боженко, лексика современного русского языка неоднородна по своему происхождению. На протяжении всей своей истории русскому народу приходилось вступать в политические, экономические, торговые, научные, культурные и другие контакты с другими народами. В результате таких контактов лексика русского языка обогащалась заимствованиями из иностранных языков [Боженко 2006].

Л.П. Крысин определил понятие «заимствование» как «процесс перемещения различных элементов (морфологии, фонологии, лексики, семантики, синтаксиса) из одного языка в другой». В соответствии с этим необходимо ограничивать термин “заимствование” в тех случаях, когда речь

идет о перемещении элементов одного уровня: например, “лексическое заимствование”» [Крысин 2004, 24].

Заимствование толкуется в лингвистическом словаре как «элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция и т. п.), перенесённый из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой» [ЛЭС 1990, 158].

Характеризуя заимствование, Э.Ф. Володарская указывает на его универсальный характер, отмечая, что это языковое явление, «закрывающееся в акцепции одним языком лингвистического материала из другого языка вследствие экстралингвистических контактов между ними, различающихся по уровню и формам» [Володарская 2002, 96].

Сходное по сути определение заимствования представлено в «Словаре лингвистических терминов»: это «процесс и результат перехода из одного языка в другой слов, грамматических конструкций, морфем, фонем; самый распространенный вид языковых контактов» [Жеребило 2010, 107].

Интересное дополнение можно встретить в работе Н.М. Шанского, где ученый отмечает, что «под заимствованием следует понимать всякое слово, пришедшее в русский язык извне, даже если оно по составляющим его морфемам ничем не отличается от исконно русских слов» [Шанский, Боброва 1972, 86].

Заимствованные слова в современном русском литературном языке можно разделить на две категории: заимствования из славянских языков и заимствования из неславянских языков.

1.1.1 Заимствования слов из древнеславянского языка

В русском языке древнеславянский язык полностью интегрирован в языковую систему, и его следов довольно мало. Из-за сильного славянского влияния некоторые древнерусские слова были заменены заимствованными славянскими, такими как: *время, раб, жажда, враг, прежде, плен* и др. Как богослужебный древнеславянский язык в основном использовался в религиозных целях, поэтому некоторые заимствования имеют выраженную книжную окраску, они воспринимаются как торжественные и возвышенные, например: *очи* ('глаз'), *благо* ('счастье') и другие. Как язык религии и в определенном смысле философии он обогатил русский язык церковной терминологией и абстрактными словами, напр.: *философ* ('философ'), *крѣст* ('крест'), *всѣленна* ('вселенная'), *разоум* ('разум').

1.1.2 Заимствования из неславянских языков

В 988 г. была крещена Киевская Русь, она приняла православную веру, и в связи с этим в русский язык вошло большое количество греческих слов, таких как: *ангел, демон, икона, энциклопедия, атом* и т. д. Также в русский язык пришли имена собственные, например: *Фёдор, Павел, Пётр, Александр, Матвей*, – которые теперь называют традиционными русскими именами.

В некоторых западных странах латынь использовалась в качестве общепринятого языка науки и литературы, поэтому многие научные работы были написаны на этом языке, а медицинские термины и термины некоторых

других наук до сих пор остаются на латыни. Существовало два пути проникновения слов из латыни в русский язык: один – через греческий, а второй – через контакты с другими языками. Латинскими заимствованиями в русском языке являются в основном термины из области медицины, философии и др. наук, такие как: *алгоритм* ('algorithmi'), *абсцесс* ('abscessus'), *операция* ('operatio'), *конвульсия* ('convulsio'), *материализм* ('materialisme'), *диффузия* ('diffusio') и другие.

Более двухсот лет правила русскими княжествами Золотая Орда, поэтому с XIII века в русский язык входит большое количество заимствований из тюркских языков, это такие слова, как: *богатырь*, *баши*, *деньги*, *караул*, *каган*, *хан* и т. д. [см. подробнее: Русско-тюркские 2002].

В царствование Петра I, когда он проводил реформы и перенимал опыт у Европы, посылая молодых людей на учебу в западноевропейские страны, переводя научные труды и под., в России наблюдалось внедрение передовых западноевропейских достижений в области техники, технологии и т. д., также в страну были принесены новые вещи и новые понятия, а в русский язык – элементы лексики языков европейских стран [Биржакова и др. 1972].

В царствование Екатерины II, декларирующей просвещенную самодержавную монархию, дворяне были без ума от французской культуры и гордились умением свободно говорить по-французски. Именно из-за увлечения французской культурой в Россию в то время хлынуло большое количество французских заимствований из самых разных областей, были заимствованы такие слова, как: *абонировать* ('abonner'), *сувенир* ('souvenir'),

турист ('touriste'), *галерея* ('galerie'), большинство из них до сих пор широко используются в современном русском языке [Габдреева 2001; Агеева, Габдреева 2007]. Через посредство французского в русский язык также вошли итальянские заимствования, по большей части из области искусства: *барокко*, *темп*, *опера*, *бельканто*, *трио* и другие слова. Русский язык также заимствовал много слов из немецкого языка, таких как: *блицкриг*, *солдат*, *офицер*, *орден*, *гауптвахта* и других, в частности связанных с военным делом.

Позже увеличивается число английских заимствований в русском языке в области политики, экономики, культуры, спорта, науки и техники [Аристова 1978]. После 1991 г. Россия установила более тесные связи со странами Европы и Америки, и внедрение английских заимствований в русский язык стало еще более активным в связи с модой на английский язык, вызванной в т. ч. и процессами глобализации: *шопинг*, *маркетинг*, *саммит*, *факс* и другие слова появились в конце XX века.

В русском языке есть небольшое количество и китайских заимствований, большинство из которых являются напоминаниями о традиционной китайской культуре: *чай*, *шёлк*, *нанка* ('нанкинская ткань'), специфические термины конфуцианства и даосизма: *ушу*, *дао*, *гунби*, *гохуа*, *инь*, *янь*.

Сегодня, с началом третьей промышленной революции, информационные технологии объединили землю в единое целое. Процесс глобализации и интернет-технологии способствовали более тесному культурному и социально-экономическому обмену в мировом пространстве, поэтому процесс заимствования слов становится более интенсивным.

Возникновение многих новых явлений увеличивает лексический состав языков и также способствует активизации процесса заимствования.

1.2 Причины заимствования иноязычной лексики

Ученые называют целый ряд причин заимствования слов из разных языков. Среди них в первую очередь целесообразно выделять *экстралингвистические (внеязыковые)* и *лингвистические (внутриязыковые)* причины [Маринова 2013, 91].

К **экстралингвистическим** причинам относятся языковые контакты между народами и странами [Биржакова и др. 1972], международный обмен в экономических, промышленных, технологических, научных и образовательных процессах, массовая коммуникация и культура [Маринова 2013, 91]. Лексическая система любого языка открыта, постоянно меняется, расширяется и развивается. Благодаря политическим, экономическим и культурным связям между народами, в языке очень часто появляются иностранные слова, и это соответствует законам языкового развития. Ни один язык не может развиваться изолированно, зрелый язык должен быть продуктом столкновения, поглощения и/или интеграции множества культур. Эти процессы могут быть активными или, например, в ситуации войны один язык может пассивно «впитывать» другой язык. Подобные примеры нередки в истории русской нации: например, упомянутое выше крещение Руси и связь с Византийской империей принесли в русский язык большое количество греческих слов, противостояние монголам и установление власти Золотой

Орды сделали неотъемлемой частью русского языка тюркизмы и под.

Постепенное развитие интернет-технологий и популяризация средств массовой информации естественным образом способствовали вхождению в национальный язык иностранных слов. На протяжении нескольких десятилетий наблюдалось активное принятие заимствований российским обществом и правительством, что, несомненно, является одним из факторов, обуславливающих столь частое употребление заимствований сегодня.

Кроме того, важно отметить психологические факторы, влияющие на процесс заимствования. Из-за популярности европейской и американской культур многие молодые россияне охотнее используют иностранные слова вместо слов родного языка, особенно при общении в соцсетях. Несмотря на то что соответствующие понятия/предметы/явления обозначаются и словами их родного языка, они предпочитают использовать иностранные: например, *шуззы* (англ. 'shoes') – вместо *обувь* и под. [Дьяков 2011].

Многие люди считают, что использование западноевропейского языка, особенно английского, в общении более достойно и престижно, и в их глазах английский уже является суперязыком. Л.П. Крысин в работе «Слово в современных текстах и словарях: Очерки о русской лексике и лексикографии» также указывал на подобный феномен: «Большая социальная престижность иноязычного слова, по сравнению с исконным, вызывает иногда явление, которое может быть названо повышение в ранге: слово, которое в языке-источнике именуется обычным объектом, в заимствующем языке прилагается к объекту, в том или ином смысле более значительному, более престижному и

т. д.» [Крысин 2000, 69].

К лингвистическим (внутриязыковым) обычно относят следующие причины [цит. по: Маринова 2014, 159]:

1. Необходимость пополнить недостающие звенья (лакуны) в лексической системе языка, т. е. отсутствие исконных средств для номинации новых понятий, явлений, предметов. В этом случае заимствование выполняет компенсаторную функцию.
2. Тенденция к обогащению представлений носителей языка об окружающей действительности.
3. Тенденция к специализации, уточнению понятий, потребность дифференцировать существующие понятия.
4. Тенденция к интернационализации лексики.
5. Потребность языка в новых стилистических (экспрессивных) средствах.
6. Действие принципа экономии языковых средств. Этот принцип подталкивает систему к тому, что время от времени в ней появляются новообразования, отличающиеся от соотнесительных им единиц краткостью (например, аббревиатуры *пиар*, *vip* закрепились в языке в том числе и благодаря краткости).
7. Тенденция к унификации, системности языковых средств (действует преимущественно в сфере терминологии).

Таким образом, причины заимствования иностранных слов разнообразны. Но заимствования обогащают русский язык и являются

неотъемлемой частью языковой картины мира многих современных людей.

1.3 Способы заимствования иноязычной лексики

Облик иностранных слов в русском языке неоднороден в силу различных причин и потребностей общества. Некоторые слова заимствованы из других языков полностью, другие – лишь частично, третьи образованы путем перевода отдельных лексических элементов на русский язык в соответствии с морфологией и структурой других языков и так далее. Поэтому для более глубокого изучения заимствований в русском языке необходимо рассмотреть различные формы их языкового выражения.

Существует два типа языкового выражения иностранных слов в русском языке: полное заимствование и частичное заимствование.

1. Полное заимствование, как следует из названия, предполагает заимствование не только лексического значения слова, но и формы, в основном соответствующей иностранному слову, т. е. отсутствие или минимальную адаптацию слова языком-реципиентом. Основная цель полного заимствования состоит в том, чтобы при заимствовании иностранного слова оно сохраняло свою первоначальную точность после заимствования в русский язык и при переводе на русский язык избегало двусмысленности или неточного перевода.

Заимствование в оригинальной форме означает, что при заимствовании слова исходная письменная форма слова не изменяется и уже становится формой, соответствующей русскому фразеологическому

выражению. Подобные заимствования обычно являются именами собственными, географическими названиями или названиями продуктов и под., и они представляют определенные вещи или явления, которые часто признаются на международном уровне.

Причин введения оригинальных форм две: с одной стороны, этим словам нет соответствующих слов в русском языке, а с другой – эти слова не нужно переводить на русский язык: так легче для понимания. Такие слова хорошо известны в разных языках, и во избежание двусмысленности было бы правильным вводить заимствованное слово в виде оригинальной формы.

В последние годы увеличивается количество слов, заимствованных в оригинальной форме (преимущественно в газетах, журналах и других СМИ), таких как, например:

1. *Заместитель министра здравоохранения Италии Пьерпаоло Силери, у которого обнаружили коронавирус, рассказал, что способен победить **COVID-19** в глобальном масштабе¹.*
2. *Компания **Sony** на онлайн-презентации рассказала об особенностях **PlayStation 5** и отличиях от более старых моделей консоли².*

Термин *фонетическое заимствование* относится к словам, которые передают исходные звуки иностранных слов. Большинство фонетических заимствований являются словами из английского языка.

Фонетическими заимствованиями являются названия большинства

¹ URL: <https://radiosputnik.ria.ru/20200319/1568826264.html>

² URL: <https://ria.ru/20200318/1568815927.html>

городов и стран: *Beijing – Пекин, Wuhan – Ухань, London – Лондон, Berlin – Берлин, Canada – Канада* и др. Многие личные имена также вошли в русский язык как фонетические заимствования, это имена важных государственных и общественных деятелей, например: *Xi Jinping – Си Цзиньпин, Bush – Буш* и др.

2. Кроме полного существует и **частичное заимствование**, также являющееся распространенным вариантом заимствования. Выделяют три типа частичного заимствования: *семантическое заимствование, полукалька и калька*.

Семантическое заимствование предполагает заимствование не формы иностранного языка, а его семантики. Семантические заимствования придают словам новые значения, расширяют значение слова, по сравнению с другими видами смысловые заимствования составляют лишь небольшую долю русских заимствований. Например, исконное русское слово *мышь* первоначально означало ‘небольшое млекопитающее отряда грызунов, с острой мордочкой и длинным голым хвостом’ [Кузнецов 1998], но под влиянием английского слова *mouse* русское слово постепенно приобрело значение ‘устройство, позволяющее вводить команды в компьютер помимо клавиатуры’ [Там же]. Ю.А. Бельчиков так пишет о семантической адаптации иноязычных слов: «Чем шире и разнообразнее контексты употребления иноязычного слова – а эти контексты обуславливают изменения в семантической структуре слова, – тем быстрее и прочнее закрепляется слово в русском языке» [Бельчиков 1959, 48].

Полукалькой называется такой тип калек, при котором одна из морфем

калькируемого прототипа остается непереуведенной [Маринаова 2013, 109]. Для нее характерно фонетическое и семантическое заимствование (наполовину прямое, наполовину перевод) морфем искомного слова. Часть полукальки сохраняет фонетическую оболочку исходного иностранного слова, а все слово сохраняет исходное значение исходного слова (*полутон, антитела – из франц.*). Поскольку подобные слова имеют не только заимствованные элементы, но и русские, их легче запоминать и распространять. Например: *«Цифровизация – это не только выигрыш, но и проигрыш: приходит поколение мемового мышления. Они могут делать три дела одновременно: гуглить, общаться в сетях и якобы слушать наши лекции», – рассказал Аузан³.* Глагол *гуглить* в этом предложении «составлен» из названия поисковой системы Google и частотного русского глагольного суффикса *-и(ть)* и означает ‘вести поиск в системе Google’.

Термин *калька* (*франц. calque* ‘копия, подражание’) ввел в научный оборот французский лингвист Шарль Балли. От полукальки она отличаются тем, что заимствуется не фонетическая оболочка иностранных слов, а семантические признаки. Иначе говоря, это способ образования новых слов путем перевода иностранных слов поморфемно (морфема за морфемой): *плотн-ость* (*франц. solid-ité*), *само-державие* (*греч. auto-krateia*), *земле-делие* (*лат. agri-cultura*), *полу-остров* (*нем. Halb-insel*). Эти слова в основном используются для выражения новых вещей и новых понятий, заимствуются значения самих иностранных слов, и они отображаются с помощью присущих

³ URL: <https://tass.ru/ekonomika/6520631>

русскому словарю (в т. ч. инвентарю морфем) средств. Например: *Кризис гуманизма в последнем пределе своем должен был привести к идее сверхчеловека, к преодолению человека и человеческого*⁴. Лексема *сверхчеловек* происходит от немецкого слова *der Übermensch* (*Über* ‘сверх’, *mensch* ‘человек’), т. е. тот, кто выше обычных людей. О процессах калькирования в современном языке см., напр. [Сенько, Ленчина 2020].

Выводы

Будучи средством распространения культуры и культурного обмена, знание языков играет важную роль в осуществлении международной коммуникации. Иноязычные заимствования свидетельствуют о развитии общества. Изучение заимствованных слов в русском языке содействует познанию особенностей русской национальной культуры разных времен, а также овладению русским языком во всей его полноте. Являясь частью русского языка, заимствования достоверно отражают развитие русского общества, культуры и техники и восполняют пробелы в системе русской лексики. Заимствованные слова являются зеркалом открытости нации, экономического уровня и культурного развития.

В русском языке присутствует большое количество английских заимствований, что свидетельствует о том, что английский язык сегодня является самым распространенным языком в мире из-за сильного влияния стран, использующих этот язык, а также отражает положительное отношение

⁴ Бердяев Н.А. Смысл творчества (НКРЯ).

россиян к заимствованиям.

В данной главе были проанализированы: понятие заимствования, источники заимствованных слов, причины заимствования иноязычной лексики и способы образования заимствованной лексики на основе исследований различных ученых по указанным проблемам. Данная глава является теоретической основой ВКР.

ГЛАВА 2. Язык публицистики

Публицистика как наиболее динамичная функциональная сфера употребления языка традиционно представляет особый интерес с точки зрения современной лингвостилистической теории.

2.1 Понятие языка публицистики

Публицистика (*от лат. publicus* — ‘общественный’) – род произведений, посвященных актуальным проблемам и явлениям текущей жизни общества [БЭС]. В толковых словарях можно найти определение публицистики как «литературы по актуальным общественно-политическим вопросам современности, текущей жизни общества [Ожегов; МАС].

При этом узкое понимание *публицистики* подразумевает политический комментарий, представляющий собой открытый и прямой анализ, и комментарий по вопросам, которые широко волнуют современное общество. Цель ее – воздействовать на читателей и заражать их, формировать определенную социальную точку зрения и направлять общественное мнение.

Для нашей работы важно определить, что понимается под средствами массовой информации (СМИ). А.А. Князев дает следующее определение СМИ: – «к средствам массовой информации относятся газеты, журналы, приложения к ним, альманахи, книги, бюллетени, разовые издания, предназначенные для публичного распространения, имеющие постоянное название, а также теле- и радиовещание, кино- и видеостудии, аудиовизуальные записи и программы,

выпускаемые государственными органами, информационными агентствами, политическими, общественными и другими организациями, частными лицами [Князев 2002, 38]. Другими словами, СМИ – это косвенный технический канал или технические средства распространения информации и осуществления коммуникации. Термин относится не только к каналам массовой коммуникации, но и к содержанию этих каналов и даже к поведению тех, кто на них работает. М.Н. Володина в своей работы отмечает: «Появившись вначале как чисто технические способы фиксации, трансляции, консервации, тиражирования информации и художественной продукции, СМИ очень скоро превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание» [Володина 2008, 17].

Языковые изменения обнаруживаются в речевой деятельности. Однако изменения в разговорном языке должны быть включены в стандартный (нормативный) язык через средства массовой информации, такие как газеты, радио и телевидение. В современном обществе распространение информации превратилось в деятельность, имеющую широкое общественное влияние. Помимо названной выше функции продвижения языковых норм, деятельность СМИ направлена на выполнение таких функций, как формирование общественного мнения, конструирование определенного идеологического фона, пропаганда. Мировоззренческие ценности и мнение людей также влияют на способы коммуникации, на содержание СМИ и, следовательно, средства языкового выражения. СМИ наглядно отражают движение языковой материи, а также новые тенденции в развитии языковой ситуации, чутко

реагирует на изменение социальных и генерационных пропорций в обществе, на прогресс в научно-техническом оснащении информационно-коммуникативных контактов как во внутриэтническом, так и межэтническом пространстве [Нещименко 2001, 112].

Исследования языка СМИ в традиционном российском языкознании относятся к изучению газетно-публицистического стиля, точнее, к изучению его в газетах и периодических изданиях, а позднее на телевидения и радио.

Язык СМИ – основная форма языка в информационном обществе, источник общепринятых языковых норм и мощное средство воздействия на общественное сознание. Язык газеты (как и язык других СМИ) «обладает огромными возможностями и сильнейшим влиянием на другие разновидности литературного языка и на общество в целом» [Солганик 2008, 471].

Публицистический стиль в современном языке обладает информирующей и воздействующей функциями.

2.2 Направления изучения языка публицистики

С точки зрения лингвистики, исследования газетно-публицистического стиля можно в основном разделить на три направления: направление нормативной стилистики, направление функциональной стилистики и использование газетного языка как материала для изучения изменения стандартного языка.

2.2.1 Направление нормативной стилистики

Исследование языка публицистики с точки зрения нормативной стилистики является в некотором роде прескриптивным исследованием, в котором преимущественно критикуются недостатки в языке газет и периодических изданий, указываются правила, которым он должен соответствовать, и выдвигаются предложения по устранению такого явления, как «неправильная речь». Например, показательной здесь является работа Я.М. Шафира «Вопросы газетной культуры» (1927). Автор считал, что газетный язык должен приспособливаться к интересам и культурному уровню широкой публики. По его мнению, недостаток газетного языка того времени заключался в том, что он был слишком книжным, использовал большое количество иностранных слов, терминов, сокращений, предложений сложной структуры. Исследователь выступал за то, чтобы газетный язык, ориентируясь на разговорный язык масс, был простым и ясным, наглядным. Однако с подобным подходом не согласился В.Б. Шкловский, который считал, что следует не приспособливать газетный язык к полуграмотным читателям, а повышать уровень их образования [Костомаров 1971, 13].

К магистральным исследованиям названного направления следует отнести работы К.И. Былинского «Язык газеты» и Д.Э. Розенталя «Литературное редактирование», являющиеся справочниками-руководствами для журналистов.

После распада Советского Союза ситуация в медиапространстве изменилась: изменились языковые рейтинги газет, появилось большое количество нарушений языковых норм. Вновь стали актуальными

исследования риторической направленности речевых норм. Многие лингвисты обратили внимание на нарушения норм русского литературного языка и указали на то, что он загрязняется иноязычными и заимствованными словами, в употребление входит все больше и больше вульгарных слов, а языковая цивилизация деградирует. Возникло целое направление под названием «экология языка» (эколингвистика) [Калинина 2018; Сквородников 2013 и др.]. По мнению некоторых авторов, можно диагностировать признаки кризисного состояния русской лингвокультуры [Франко 2019, 26].

2.2.2 Направление функциональной стилистики

Данное направление представляет собой исследования описательного характера, его методология состоит в том, чтобы найти закономерные признаки сложного языкового употребления и объективно их описать. Представителем этого направления является Г.О. Винокур. В своей работе «Культура языка» он впервые рассматривал газетный язык как уникальный объект исследования, обладающий объективными законами, исходящими из различных коммуникативных ситуаций между газетами и другими коммуникативными полями, обслуживаемыми нормативно-языковыми характеристиками самого явления.

В рамках функциональной стилистики складывалась теория публицистического стиля [Шмелев 1977, Костомаров 1999, Кожина 2008, Бельчиков 2008, Солганик 2014, Копнина, Сквородников, 2008 и др.]. Стиль

здесь изучался с точки зрения речевой системности (работы М.Н. Кожиной и ее учеников). Речевая структура стиля описывалась в соответствии с уровнями языка: типичные лексемы, словообразовательные модели, грамматические формы, синтаксические конструкции. Для выявления структурных языковых элементов стиля использовался в том числе показатель их частотности. Однако подобный метод описания стилей литературного языка при описании публицистического стиля давал сбои, он с трудом поддавался схематизации. Данное обстоятельство послужило толчком к созданию нового направления для изучения языка СМИ – медиастилистику [Клушина 2014, 69-70].

2.2.3 Использование газетного языка как материала для изучения изменения стандартного языка

Это направление ориентируется на язык газет и периодических изданий не как на цель исследования, а как на материал для изменения литературного языка. Наиболее показательным в этом отношении является исследование Н.Ю. Шведовой «О некоторых активных процессах в современном русском синтаксисе (наблюдение над языком газеты)» (1964).

Исследования с этих позиций в новую эпоху ведутся достаточно активно. Со второй половины 1980-х по 1990-е годы русский литературный язык претерпел большие изменения в связи с резкими изменениями в общественной жизни, именно язык газет и периодических изданий наиболее полно и быстро отражает эти изменения, поэтому многие исследователи, занимающиеся проблемами языковой динамики, изменений на разных языковых уровнях,

обратились к языку газет и периодических изданий, который служит материалом и базой для исследования.

2.3 Изучение языка СМИ в российской лингвистике

Появление языка СМИ восходит к первой русской газете «Ведомости», основанной в Москве в 1703 году.

В XIX веке в России организовалось много газет и журналов, например, «Северная пчела», «Русский вестник», «День» и др. Полемические по характеру появившиеся произведения революционно-демократических мыслителей стали инструментом пропаганды новых идей. Таким образом, газетно-публицистический стиль постепенно занял доминирующее положение в языковой системе того времени. В.В. Виноградов писал: «Если со второй половины XVIII в. до 30-х годов XIX в. основное организующее значение в структуре литературной речи принадлежало стилям «изящной словесности» (сперва стиховым, а потом прозаическим), то с половины XIX в. понятие “литературности языка” отделяется от понятия “художественности выражения”. Развитие жанров беллетристики, публицистики, научно-популярной статьи и трактата выдвинуло на первый план проблему газетно-публицистического и научно-популярного языка» [Виноградов 1982, 420]. В этот период появилось большое количество слов общественно-политического характера, отражающих изменения в общественной мысли и борьбу между классами: *прогресс, революция, антагонизм* и т. п. (см, напр.: [Сорокин 1965]).

В 1920–30-х годах исследования языка СМИ в российской лингвистике

в основном касались изучения газетного языка, фокусируясь на трех аспектах: особенности газетного языка; недостатки газетного языка того времени; улучшение его качества и повышение его уровня.

Согласно первому аспекту, газетный язык должен учитывать интерес и культурный уровень аудитории, максимально использовать устную речь и избегать книжной речи, особенно иностранных слов, аббревиатур, сложных длинных предложений. В качестве примера можно привести работы Я.М. Шафира «Газета и деревня» (1923) и «Вопросы газетной культуры» (1927).

Второй аспект связан с идеей того, что язык газет и периодических изданий не стандартизирован, шаблонен и труден для понимания, в рамках этого направления выдвигаются идеальные требования к языку газет и периодических изданий. Его представителями являются М.С. Гус, Ю. Загорянский и Н.Л. Каганович «Язык газеты» (1926) и др.

С точки зрения третьего аспекта, газеты представляют собой социальное явление со своими определенными характеристиками, их коммуникативная сфера и назначение определяют их языковые особенности. Вклад в развитие этого направления внесла работа Г.О. Винокура «Культура языка» (1929).

В 1940–50-х годах исследования языка СМИ в советской лингвистике не получили широкого распространения. Здесь можно упомянуть лишь работу Н.И. Кондакова «Язык газеты» (1941), одной из идей которой было то, что антонимы могут придавать газетному языку больше выразительной силы.

С 1960-х по 1980-е годы российские ученые впервые провели углубленные исследования языка СМИ с точки зрения функционального стиля.

Здесь следует отметить такие исследования, как «Русский язык на газетной полосе» (В.Г. Костомаров, 1971), «Русский язык в его функциональных разновидностях» (Д.Н. Шмелев, 1977), Г.Я. Солганик «Лексика газеты: функциональный аспект» (1981), А.Н. Васильева «Газетно-публицистический стиль речи» (1982) и мн. др.

Только в 1990-х годах язык СМИ как отдельная лингвистическая подсистема стала систематически изучаться во всех аспектах. Взаимосвязь между языком СМИ и социальной средой была объяснена С.И. Тресковой в работе «Социолингвистические проблемы массовой коммуникации» (1989). Руководствуясь теориями семиотики, информатики и лингвистической статистики, Б.В. Кривенко в исследовании «Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект» (1993) рассматривал функции лексических единиц в СМИ. В монографии «Языковой вкус эпохи» (1994) В.Г. Костомаров обратился к изучению функциональных аспектов языка российских СМИ, исследуя лингвистические и экстралингвистические факторы, влияющие на язык СМИ, с различных точек зрения. Таким образом исследовалась взаимосвязь между языком и культурой. В книге «Теория риторики» (1997) Ю.В. Рождественский анализирует особенности использования речи в СМИ, уделяя особое внимание совместному характеру создания новостных текстов и плюрализму идеологий. Он отмечает, что субъектами речи в СМИ являются не отдельные люди, а организации, группы.

В конце XX – начале XXI вв., после более чем 70-летних исследований, в российской лингвистике появилось новое понимание языка СМИ и

медиатекстов. Основу внутренней структуры понятия «язык СМИ» составляет рассмотрение лингвостилистических и медийных особенностей конкретных подъязыков массовой информации – языка прессы, языка радио, языка телевидения, особенностей речеупотребления в интернете [Добросклонская 2008; Колокольцева 2018]. С.И. Сметанина в работе «Медиатекст в системе культуры» (2002) и Т.Г. Добросклонская в работе «Вопросы изучения медиатекстов» (2000) уделяют внимание лингвистическим и культурным характеристикам медиатекстов. В опубликованном в 2003 г. пособии «Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования» впервые был дан комплексный междисциплинарный анализ языка СМИ в аспекте порождения и восприятия текста. Значительный вклад в изучение языка СМИ был внесен работами Н.И. Клушиной «Интенциональные основы стилистики» (2013) и «Медиастилистика» (2014).

Основоположником и разработчиком отечественной медиалингвистики считается Т.Г. Добросклонская: в 2000 г. она впервые ввела в российскую лингвистику термины «*медиалингвистика*» и «*медиатекст*», указав, что медиатекст является ядерным понятием медиалингвистики. Ее монография «Теория и методы медиалингвистики» положила начало медиалингвистике в России. Важным вкладом в разработку проблемы на современном этапе стали работы Н.И. Клушиной, которая впервые ввела в научный оборот термин «*медиастилистика*» и разработала концепцию данной научной дисциплины. Медиастиль понимается ею шире, чем публицистический стиль, разработанный в рамках функциональной стилистики, он имеет особую

интенционально-нарративную организацию. «Интенциональность медиастиля раскрывает его универсальность, а нарративная структура свидетельствует о его национальном содержании» [Клушина 2014].

2.4 Черты и лексические особенности «языка публицистики»

По мнению исследователей, основным чертами, характерными для языка СМИ сегодня, являются:

1. количественное и качественное усложнение сфер речевой коммуникации в СМИ (в первую очередь за счет интернета, в котором развиваются новые виды текста и диалогических форм);
2. демократизацию публицистического стиля и расширение нормативных границ языка массовой коммуникации;
3. разнообразие норм речевого поведения отдельных социальных групп, свойственное современной речевой коммуникации, которое находит отражение в языковой действительности СМИ;
4. следование речевой моде;
5. «американизация» языка СМИ [Володина 2008, 22; Калинина 2018].

Язык СМИ имеет свои лексические особенности, которые можно условно разделить на следующие категории:

1. Широкое использование лексики с политической окраской.

Расширение политической тематики расширило и объем активно используемой социально-политической лексики: в быстро меняющихся социальных условиях постоянно меняется и обновляется состав политических

и экономических терминов, возникает новая социально-политическая лексика, военные и религиозные термины.

2. Более широкое использование разговорных слов и сленга.

Многие разговорные слова и сленговые слова появляются в СМИ. Благодаря их широкому употреблению они постепенно теряют разговорную окраску и становятся нейтральными словами. Например, *бабки, совок, навар, массовуха, наличка, зажигать, эксклюзив* и др.

3. Обильное использование аббревиатур.

Для экономии и облегчения выражения часто используются сокращения, например: *ЕР, ЕС, КНР, КПК, НТВ, СПИД* и т. д.

4. Чрезвычайно высокая частотность иностранной лексики.

Заимствованные слова, которые пришли в русский язык до 90-х годов XX века, были в основном терминами, относящимися к науке, технике и производству, потому что в то время в Советском Союзе осуществлялись экономические реформы, появлялись новые научные и производственные отрасли. Так появились слова-термины, называющие новые вещи и новые явления, многие из них подпадают под категорию интернациональной терминологии. После распада Советского Союза проведение политических реформ, увеличение обмена с Западом и более тесных контактов между людьми привели к появлению в языке множества новых английских слов, что отразилось на языке средств массовой информации в виде обилия заимствований.

2.5 Функции языка публицистики

Функции языка публицистики зависят от его медийности, массовости и интегративности. Основные функции публицистического стиля – информативная (сообщение, передача новой информации) и воздействующая (оказание убеждающего влияния на адресата, агитация, пропаганда). Кроме того, язык публицистики имеет еще функцию надзора, обучения, управления и нек. другие.

В информативной функции представлены два типа информации: объективная фактическая информация (*информема*) и субъективная оценочная информация (*прагмема*; от лат. *pragma* ‘дело’). *Информемы* представляют собой единицы информативно-смыслового уровня, а *прагмемы* являются лексическими единицами, сочетающими предметное (референтное) и оценочное значения и служащими инструментом идеологического дискурса (идеологический язык) [Эпштейн 2017].

В Советском Союзе прессу ограничивали в передаче политической информации, оговаривая, что и как должно быть написано, а некоторые события, имеющие значение для судьбы страны во разных областях общественной жизни, даже запрещалось освещать. Свобода слова после распада Советского Союза позволила газетам и периодическим изданиям разного характера высказываться по-разному и выбирать содержание репортажей в соответствии со своими целями и установками. Более не подчиняясь ограничениям, информации может быть опубликована в газетах и периодических изданиях, привлекая внимание читателей. Следовательно,

источники получаемой информации для читателей расширились, они стали также более разнообразными.

Цель воздействующей функции – воздействовать на получателя сообщения, убедить его принять точку зрения говорящего/пишущего и согласиться с ней. Как отмечал Д.Н. Шмелев, «присущая публицистическим произведениям направленность на воздействие и убеждение устанавливает особые взаимоотношения между сторонами общения – обращающимися с речью и адресатом речи. Это не констатирующая, а императивная речь, она призвана не только сообщить о чем-то и не только выразить отношение к сообщаемому, но и внушить это отношение адресату, т. е. в конечном счете это речь, призванная воздействовать на убеждения или поведение читателя, на его оценку тех или иных факторов» [Шмелев 1977, 64].

Выводы

Данная глава является теоретическим основанием для практического анализа языка СМИ. Ее основные положения составили теоретическую базу для анализа заимствованной лексики в журнале «Огонек» в третьей главе.

В главе вводится ключевое для настоящей работы понятие «язык СМИ» и описываются основные исследования, посвященные анализу этого понятия на разных этапах развития российской лингвистики. В ней также описывается вклад различных ученых в этой области и то, как разрабатывала теория медиалингвистики, ставшая новой самостоятельной дисциплиной. Также кратко представлена роль языка СМИ в обществе с точки зрения его функций.

ГЛАВА 3. Функционирование и стилистика заимствованной лексики в современной публицистике

3.1 Методология анализа материала

Материал для нашего исследования был отобран методом сплошной выборки из журнала «Огонек». В качестве материала для анализа были использованы подборки статей из данного журнала, такие как «Эпицентр», «Герои», «Идеи», «Пандемия», «История», темы которых были разработаны в различных областях, таких как медицина, биология, археология, образование и социальные вопросы.

Журнал «Огонек» (выходит с 1923 г.) является популярным российским и советским общественно-политическим и литературно-художественным еженедельным иллюстрированным изданием, рассчитанным на широкую читательскую аудиторию. В советское время его тираж насчитывал несколько миллионов экземпляров. Отмечается, что информация, содержащаяся в журнале, менее оперативна, чем в газете, но разнообразна: она может быть первичной – статьи, очерки, художественные произведения и пр.; вторичной – обзоры, рефераты и т. д.; оригинальной и переводной [Кушнаренко 2000, 269]. В журнале «Огонек» есть разных типов колонок, такие как «Эпицентр», «Социология», «Образование», «Пандемия», «Археология», «Медицина» и т. д., что делает данное исследование иностранной лексики более многослойным и представительным.

3.2 Употребление заимствованной лексики в современной публицистике

В своей работе «Особенности развития русской лексики в новейший период (на материале газет)» Л. Ферм отметила, что в газетах новейшего периода четко выделяются два основных направления в употреблении лексики: это лавинообразное употребление сниженной лексики – от пейоративной до грубой, представленной просторечными словами, жаргонизмами и вульгаризмами, и еще более лавинообразное употребление заимствованной и иноязычной лексики [Ферм 1994, 101]. По ее мнению, употребление иностранных слов издавна считается маркером грамотности, а использование ограниченного круга лексики характерно для разговорной и неграмотной речи. Однако эти разные группы слов теперь существуют не только в одной статье, но даже в одном предложении.

В.Г. Костомаров в монографии «Языковой вкус эпохи» писал: «Характеризуя сегодняшний стилистический вкус, следует сказать, что не просто насыщение речи сомнительными словами и оборотами рисуется его сутью, но общая раскрепощенность, не просто снятие запретов, но принципиальный допуск любых кажущихся в данном случае подходящими средств выражения. Иными словами, он характеризуется принципиальной ставкой на смешение, совмещение, сочленение любых единиц языка, на крайнюю неоднородность языковой формы общения, на гетерогенность каждого отдельного текста» [Костомаров 1994, 45].

Эти два высказывания могут в полной мере отразить существенные изменения в использовании политической лексики в современных российских

газетах и периодических изданиях.

Язык СМИ, таких как пресса, является важнейшим каналом широкого распространения иностранных слов, а отсутствие надзора и контроля над языком СМИ объективно дает волю широкому проникновению и использованию иностранных слов. Их использование в политических статьях, в которых авторы комментируют события в политической и экономической сферах, неизбежно – как в целях максимального привлечения читателей и, благодаря усилению выразительности языка, воздействия на читательскую аудиторию, так и по сложным социально-психологическим причинам.

Активное употребление иностранных слов в статьях российских газет – это не новое явление последнего десятилетия, здесь имеется и большое количество слов, которые встречаются в словарях русского языка с 1950–1960-х годов, но менее известны из-за узкой сферы употребления и только сейчас начинают активно использоваться по мере изменения российского общества.

3.3 Стилистическая характеристика заимствованной лексики на материале журнала «Огонек»

В своей работе «Литературный язык и языковые стили» Р.А. Будагов писал, что «Стилистика – душа любого развитого языка. Поэтому ей должно принадлежать важное место как в науке о языке, так и в науке о художественной литературе» [Будагов 1967, 101]. Стилистика начала формироваться как самостоятельная научная дисциплина в 1920-х годах. В.В. Виноградов создал классификацию функциональных стилей, которая

стала классической: научный; художественный; публицистический. [Виноградов 1963, 6]. Публицистический стиль является объектом внимания данного исследования.

Появление и развитие заимствований является прямым отражением изменений в российском обществе, политике, экономике, культуре и жизни. Использование заимствований в русском языке привело к стилистической вариативности, которая является результатом взаимодействия иностранных языков с русским и которая эволюционировала с течением времени.

Стилистическая окраска – один из основных объектов стилистического исследования. Она часто подразделяется на *эмоционально-оценочную* и *функционально-стилевую*. В лингвистических исследованиях эмоционально-оценочная окраска обычно подразделяется на *мелиоративную, пейоративную и нейтральную*.

Нейтральные слова составляют основную лексику языка и используются во всех жанрах, в том числе и в публицистике. Стилистическая нейтральность слова является его стилистической характеристикой. В зависимости от ситуации, в котором используются слова, их функционально-стилевую окраску можно разделить на следующие три категории: *общеупотребительная лексика, книжная лексика и разговорная лексика*.

По мнению В.Н. Шапошникова, «ранее, действительно, культурная ситуация характеризовалась тем, что "газетно-журналистское" безусловно было "книжным". Ныне культурно-речевой статус журналистики несколько изменился, и потому полный знак равенства между двумя типами лексики

проблематичен» [Шапошников 1997, 40].

Терминология различных областей представляет собой вариант книжного стиля. Стилистические пометы указывают, для какого стиля современного русского языка наиболее характерно слово, какую эмоциональную окраску оно имеет. Поэтому в данном исследовании изучение стилистической характеристики заимствованной лексики будет опираться на пометы в толковых словарях.

3.3.1 Изменение эмоционально-оценочной окраски заимствованной лексики

Снижение стилистической окраски, по мнению американского лингвистика Дуайта Болинджера, – это процесс пейоративизации. Он отметил, что если социальный статус слова снижается, то слово имеет негативную коннотацию [Дуайт Болинджер 1999, 391].

С распадом Советского Союза российская общественная жизнь изменилась и стала более активной: резко изменилась система государственной и общественной культуры, оживилась повседневная деятельность в процессе либерализации и демократизации, что привело к социализации и трансформации слов, изначально имевших негативную коннотацию. Отличительной особенностью употребления иностранных слов в новый период является то, что и активное использование слов, введенных в употребление в прежние годы, и новые слова, появившиеся в последние годы, быстро утратили свой *экзотический колорит* и используются для отражения

явлений российского общества.

1. Пример: «Предоставленные сами себе, смогут ли **либеральные демократии** Европы и Америки быть бесконечно самодостаточными или однажды они рухнут от какой-то внутренней гнили, как это случилось с **коммунизмом**?» [Огонек 2020 №51, 9].

КОММУНИЗМ -а; м. [*от лат. communis — общий, всеобщий*] 1. Одна из разновидностей утопического социализма, основывавшаяся на принципе социального равенства: общности имущества, обязательном труде, справедливом распределении; бесклассовое общество. 2. Теория создания и развития такой формации. Научный к. [Кузнецов 1998].

В советское время термин *коммунизм* служил идеологическим маркером и всегда имел мелиоративную окраску. Однако после распада Советского Союза ситуация его употребления изменилась: первоначальная положительная коннотация была подорвана и заменена на пейоративную окраску. В данном материале автор выражает свои эмоции и полагает, что коммунизм рухнет из-за внутреннего разложения. Кроме того, он придает слову *коммунизм* пейоративную окраску, противопоставляя ему либеральную демократию.

Повышение стилистической окраски, по мнению американского лингвистика Дуайта Болинджера, – это процесс получения мелиоративной окраски. Он считает, что, если что-то имеющее уничижительное название поднимается в социальном статусе по причинам, не связанным или минимально связанным с языком, название поднимается в социальном статусе вместе с ним [Дуайт Болинджер 1999, 391].

2. Пример: В США это вполне реально. Можно даже представить, как американское правительство раздает «вертолетные» деньги и их вкладывают не в **акции** условной «Теслы», а во **фьючерсы** на воду.

Однако остального мира это касается меньше [Огонек 2020 №51, 4].

АКЦИЯ, -и; ж. [франц. *action*]. Ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом, удостоверяющая внесение её владельцем доли в уставный фонд и дающая право её владельцу получать часть прибыли (в виде дивидендов), участвовать в управлении предприятием и др. [Кузнецов 1998].

ФЬЮЧЕРС -а; м. [англ. *futures* — товары, закупаемые впрок] Экон. Вид сделки на фондовой или товарной бирже, проводимой на ещё не изготовленный товар [Кузнецов 1998].

3. Пример: Либо речь идет о биологии, то есть **капитале** здоровья и его раннем исчерпании, либо о том, что навыки сотрудников, полученные 20–30 лет назад, почему-то перестают обновляться и цениться на рынке [Огонек 2021 №2, 8].

КАПИТАЛ [фр., англ. *capital* < лат. *capitalis* – главный] – 1) стоимость, являющаяся средством получения прибавочной стоимости путем эксплуатации наемного труда; 2) разг. крупные суммы денег, а также вообще богатство, ценности, достояние [Комлев 2006].

Изменения в социальной системе после распада Советского Союза привели к изменениям в проведении политических реформ. Некоторые из ранее уничижительных слов превратились в современном русском языке в нейтральные слова, которые используются в политической жизни. В России в

результате введения рыночной экономики явления и понятия, ранее несовместимые с советским социализмом и социалистической политэкономией, стали обычными, а термины, которые имели "пейоративную окраску" стали нейтральными. В журнале слово *фьючерс* и *акция* использованы как нейтральные экономические термины.

Все заимствованные слова в примерах ниже выполняют описываемую функцию.

4. Пример: До нынешних выборов эти две **фракции** обладали в ЕП абсолютным большинством, а значит, без их согласия не могло быть принято ни одного решение [Огонек 2019 №22, 20].

ФРАКЦИЯ, *и, ж.* (фр. *fraction*, нем. *Fraktion* < лат. *frāctio* *разламывание*). 1. Организованная группа членов какой-н. партии в парламенте или другом представительном учреждении. 2. Обособленная часть политической партии, выступающая с программой, отличной от общей линии партии [Крысин 1998].

5. Пример: В ноябре 2018 года сообщалось о продаже частному предпринимателю Казанской церкви XVIII века в Бежецке Тверской области. Она попала в районную программу приватизации [Огонек 2020 №51, 26].

ПРИВАТИЗАЦИЯ *мн. нет, ж.* (фр. *privatisation* < лат. *prīvātus* *частный*). Передача государственной или муниципальной собственности (земельных участков, промышленных предприятий, банков, средств транспорта, зданий и т. п.) за плату или безвозмездно в частную

собственность [Крысин 1998].

6. Пример: В 2011-м, кажется, произошел сбой в логике: перестали действовать законы глобализации, а **оппозиция** в России проснулась раньше, чем многие ожидали [Огонек 2011 №57, 18].

ОППОЗИЦИЯ, *и, ж.* (нем. *Opposition*, фр. *opposition* < лат. *oppositio* *противопоставление, возражение*). 1. *мн. нет. Противодействие, сопротивление. О. новым веяниям в политике.* 2. *собр. Группа лиц внутри какого-н. общества, организации, партии, ведущая политику противодействия, сопротивления большинству* [Крысин 1998].

Когда распалась советская система, эти термины, ранее противоречащие социализму, также превратились в обычные термины, используемые для обозначения объединений, групп и т. д.

Драматические экономические изменения в России привели к процессу деидеологизации экономических терминов в современном русском языке, освобождая их от первоначальных негативных оценочных элементов. Как отметила Н.И. Клушина: «Если лексика политическая была вовлечена в энантиосемию на пути "ухудшения" своего значения, то лексика экономическая включилась в рассматриваемый процесс на пути "улучшения"» [Клушина 1997, 55].

3.3.2 Изменение функционально-стилевой окраски заимствованной лексики

Современная *стилистическая нейтрализация* подразумевает не только

множество высоких слов, но и большое количество пренебрежительных и уничижительных. Ей способствовала демократизация российского общества. По сравнению с исконными словами заимствованные слова имеют более специализированный и книжный тон. В связи со стилистической нейтрализацией русской книжной лексики заимствованные слова утратили взаимосвязь с различными областями знания и свою книжную стилистическую окраску.

1. Пример: **Проблема** из той же серии – засилье коротких новостей, «новостей-открыток в пару абзацев», которые обозначают, но не объясняют действительность, подчеркивает коллега Ан Сонкю из «Чунань Ильбо» [Огонек 2020 №51, 25].

В словаре иностранных слов середины XX в. находим такое толкование: **ПРОБЛЕМА** – гр. [*problēma*] – научный или практический вопрос, требующий разрешения; задача [Петров, Лёхин 1954, 461].

Позднее толкование расширяется:

ПРОБЛЕМА -ы; ж. [*греч. problēma*] 1. Сложный вопрос, задача, требующий решения, исследования. 2. Разг. О чём-л. трудно осуществимом [Кузнецов 1998].

ПРОБЛЕМА ы, ж. (*польск. problema < нем. Problem < лат. problēma < греч. problēma задача, задание*). 1. Сложный вопрос, задача, требующие разрешения, исследования. Теоретическая п. II. воспитания. Проблемный — содержащий проблему, проблемы. 2. перен., разг. О чем-н. трудно разрешимом, осуществимом. Для него самому проснуться — целая п. Это не п.! (о том, что

легко и просто сделать) [Крысин 1998].

Сравнивая три приведенных выше словарных толкования, мы видим, что слово *проблема* имело книжную стилистическую окраску и использовалось для описания сложных теоретических или практических вопросов, которые нужно решить или изучить. Позже оно приобрело разговорный оттенок. В выбранном материале проблема, описанная интервьюируемым (слишком короткие новости), – это журналистская проблема, требующая решения, но без импликации сложных научных теорий.

2. Пример: Фукуяма по-прежнему верит в окончательное торжество либеральной демократии. Но очень многие охвачены отвращением к миру, построенному на либеральных **принципах** [Огонек 2020 №51, 9].

Слово *принцип* широко используется в бытовой жизни как разговорное слово, например: *Это хорошие, добрые люди. О них можно, в принципе, написать рассказ* [С. Довлатов, Мы и гинеколог Будницкий⁵]. Но ранее оно использовалось как специальный и книжный термин: в Большом словаре иностранных слов дается такое определение: **ПРИНЦИП**: *принципа, м. [от лат. principium – начало] (книжн.). 1. Основное начало, на котором построено что-н. (какая-н. научная система, теория, политика, устройство и т. п.). Основные принципы механики. || Закон, основное положение о чем-н. Принцип всемирного тяготения. 2. Убеждение, точка зрения, правило поведения. Спорить о принципах* [БСИС 2007].

⁵ Национальный корпус русского языка.

Слово *принцип*, как мы видим из словарного описания, имеет книжную стилистическую окраску, но при нейтрализации оно может означать убеждения, нормы поведения, а также приобретать разговорное стилистическое значение. В выбранном материале мы видим желание автора хочет выразить либеральные настроения. В данном случае термин не используется в контексте в качестве доктрины или теоретического принципа, а становится общеупотребительной лексемой.

Известно, что русский язык находится под сильным влиянием религиозной культуры, поэтому в русском языке много слов религиозной тематики. Однако после Октябрьской революции религиозная деятельность была ограничена, и в это время слова этой сферы получили пейоративную стилистическую окраску. Одним из основных изменений в социальной жизни в послеперестроечную эпоху стало возрождение религии как важной составляющей общественной жизни, можно наблюдать пропаганду религии и в СМИ, поэтому слова, которые ранее носили пейоративную стилистическую окраску и были малоупотребительны или запрещены в публицистике, стали входить в жизнь, также вернувшись в языковое употребление.

3. Пример: Практикующие католики надеялись, что ради Рождественской **мессы** отменят комендантский час (с ноября в Италии запрещено находиться вне дома с 10 вечера и до 7 утра). <...> в злополучном 2020-м и вертеп, кажется, под стать году – он выдержан в минималистском модерне: библейские герои напоминают то ли языческих истуканов, то ли космонавтов, <...>

Трудно вообразить, каким должен оказаться, следуя этой стилистике, младенец Христос – побывать на любимом **ритуале** в этом году не пришлось ни мне, ни кому другому [Огонек 2020 №51, 22].

МЕССА -ы; ж. [итал. *messa*] 1. Католическая обедня. 2. Многоголосое хоровое произведение для церковной службы, исполняемое обычно в сопровождении органа или оркестра. М. Баха [Кузнецов 1998].

РИТУАЛ -а; м. [от лат. *ritualis* — обрядовый] 1. Совокупность обрядов, сопровождающих религиозный акт. Р. венчания. Р. крещения. 2. Выработанный обычай или установленный порядок совершения чего-л.; церемониал. Воинские ритуалы. Р. приёма посла. Свадебный р. Приветствовать кого-л. в соответствии с ритуалом. Соблюдать ритуалы [Кузнецов 1998].

4. Пример: 65 лет назад «Огонек» рассказывал удивительную историю о семейной **реликвии** — «суворовском рубле» [Огонек 2017 №29, 45].

РЕЛИКВИЯ, ж. [латин, мн. ч. *reliquiae* – остатки]. 1. Вещь, являющаяся предметом религиозного поклонения и представляющаяся верующим чудодейственной (церк.). К числу реликвий относятся мощи. 2. перен. Особо чтимая, дорогая по воспоминаниям или по традициям вещь (книжн.). Семейные реликвии [БСИС 2007].

Существует такое явление, как *стилистическое перераспределение*, т. е. перемещение слов из одной стилистической группы в другую (нейтральное → разговорное, просторечное; нейтральное → книжное; нейтральное →

стилистически окрашенное). Можно иллюстрировать этот процесс на примере слов *коммунистка* и *комсомолка*, для которых характерно «сужение» зоны функционирования [Маторин, Тимченко 2014].

Взаимодействие и взаимопроникновение стилей в современном русском языке очень активно: научные слова свободно входят в разговорный и публицистический стиль, публицистические слова – в разговорный и художественно-литературный стили, разговорные слова – в публицистический стиль и художественно-литературный стиль и т. д.

5. Пример: «Теперь мы можем объяснить, почему при болезни Альцгеймера люди так часто теряют свои вещи, забывают, куда их положили, – подчеркивают исследователи. Открытие векторных клеток поможет найти новые способы ранней **диагностики** разных видов **деменции**» [Огонек 2020 №51, 33].

ДИАГНОСТИКА *-и; ж. [от греч. *diagnōstikos* – способный распознавать]* 1. Раздел медицины, изучающий признаки болезней, методы и принципы установления диагноза. *Д. детских заболеваний.* 2. Установление диагноза болезни. *Провести диагностику заболевания. Компьютерная д. Мануальная д.* [Кузнецов1998].

ДЕМЕНЦИЯ *-и; ж. [лат. *dēmentia* — сумасшествие].* 1. Мед. Слабоумие. 2. Книжн. Сумасшествие, помешательство [Кузнецов 1998].

Слово *деменция* в словаре имеет две стилистических пометы: медицинское и книжное. Этот пример наглядно иллюстрирует тот факт, что термины, например медицинские, также появляются в газетах и журналах и

они могут «уходить» в другой стиль.

3.4 Функции заимствованной лексики на материале журнала «Огонек»

3.4.1 Номинативная функция

Л.П. Крысин, говоря в своей работе о функции номинации, подчеркивает, что основной причиной заимствования иноязычной лексики является необходимость в наименовании вещей и понятий [Крысин 1968, 20]. По мнению Е. Васильевой, номинативная функция является первой функцией заимствованной лексики [Васильева 2005, 97].

В последние годы иностранные заимствованные слова широко используются в СМИ. Они употребляются для обозначения новых понятий, не имеющих в языке-рецепторе. Лексические единицы, поступающие из другого языка, оказываются востребованными прежде всего как номинации.

1. Пример: Кстати, даже те, у кого раньше было негативное отношение к удаленной работе (для них она ассоциировалась с **дауншифтингом** где-нибудь на Бали или в Гоа), поняли: это формат будущего [Огонек 2020 №26, 10].

ДАУНШИФТИНГ (англ. *downshifting*) – сознательное понижение в карьере, выбор менее оплаченной или престижной работы после более высокого положения [EdwART, 2009].

Термин *дауншифтинг* был введен в русский язык как нечто совершенно новое, новое явление, новое понятие, связанное с трудовой деятельностью, с

карьерой. Здесь слово *даунишфтинг* играет функцию номинатива.

Все заимствованные слова в примерах ниже выполняют описываемую функцию.

2. Пример: Выяснилось, например, что в ноябре 2016 года через этот бункер шла атака на **роутеры** Deutsche Telekom, затронувшая 1,25 млн его клиентов и нанесящая ущерб в размере около 2 млн евро [Огонек 2020 №41, 40].

РОУТЕР, Маршрутизатор (*транслит. от англ. router*) – *специализированное устройство, которое пересылает пакеты между различными сегментами сети на основе правил и таблиц маршрутизации* [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Маршрутизатор>].

Слово *роутер* в словарях не отмечено, оно называет новое устройство.

3. Пример: После того как история стала достоянием общественности, некоторые политики признали, что в отношении Высоких «был проявлен сексизм», а ее внешний вид полностью соответствовал **дресс-коду**, предъявляемому госслужащим [Огонек 2020 №51, 6].

Здесь в материале появляется заимствованная лексема **дресс-код**, перевести которую можно как «*кодекс одежды*», слово относится к безэквивалентной лексике.

ДРЕСС-КОД (*англ. Dress code*) *форма одежды, требуемая при посещении определённых мероприятий, организаций, заведений* [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дресс-код>].

Этот термин первоначально возник в Великобритании, но быстро

распространился по всему миру. Он используется в отношении правил и норм ношения одежды для указания на принадлежность человека к определенной профессиональной (возможно, и социальной) группе. В русском языке было выражение *форма одежды*, почти соответствующее понятию *дресс-кода*. Однако в результате глобализационных процессов у разных компаний возникло требование к одежде, ношение которой раньше не регламентировалось. *Дресс-код* помогает сотрудникам повысить уверенность в себе и продемонстрировать профессионализм бренда. Здесь работает и фактор престижности. Это послужило причиной заимствования термина *дресс-код* в русский язык.

В период политических реформ в России наблюдалась вестернизация политической системы и было заимствованно многих политических терминов.

4. Пример: И тут уже на нее набросился **спикер парламента**: «Ирина Сергеевна, комментировать народных депутатов права у вас нет. <...> что в отношении Высоких «был проявлен сексизм», а ее внешний вид полностью со-ответствовал <...> госслужащим [Огонек 2020 №51, 6].

ПАРЛАМЕНТ *-а; м. англ. parliament, франц. parlement* 1. Высшее государственное законодательное представительное собрание, построенное целиком или частично на выборных началах. 2. Во Франции до 1789 г.: высшее судебное учреждение страны [Кузнецов 1998].

СПИКЕР *а, м., одуш. (англ. speaker < to speak говорить).* 1. В Великобритании: председатель нижней палаты парламента.

2. *Председатель парламента или одной из его палат в нек-рых странах* [Крысин 1998].

Спикер и парламент как политические термины заимствованы в русский язык. Оба они называют новое для российской жизни явление.

5. Пример: Он постепенно отвоевывает обратно медиапространство, потерянное за месяц активных протестов, и становится главным **нюсмейкером** не только в своей стране, но и в соседних [Огонек 2020 №36, 20].

НЬЮСМЕЙКЕР [англ. *new-maker* < *news* – новости + *maker* – тот, кто делает что-л.] – человек, о котором говорят, имя которого печатается на первых полосах прессы (писатель, политический деятель, артист) [Комлев 2006].

6. Пример: Консервативный обозреватель Патрик Бьюкенен, работавший **спичрайтером** президента Рональда Рейгана, <...> по всему миру – нехватку аппаратов ИВЛ [Огонек 2020 №15, 18].

СПИЧРАЙТЕР (тэ) (англ. *speech writer* < *speech* речь, выступление + *to write* писать, сочинять), полит. Составитель текстов речей, выступлений для высокопоставленных лиц государства [Крысин 1998].

Сейчас, вместе с бурным развитием социальной и экономической активности, бизнеса и торговли, с растущим осознанием особенностей товарной экономики, экономические термины естественным образом вышли за узкие рамки профессионального использования и получили широкое распространение в средствах массовой информации и в повседневном

общении. Явления, которые по идеологическим и политическим причинам (как продукт капиталистического общества) не пропагандировались, стали обычным явлением в российском обществе и нашли отражение в таких терминах, как *ажютаж*, *фьючерс*, *инвестор* и другие.

7. Пример: Легко представить ситуацию, когда **инвесторы**, не связанные непосредственно с «водной» отраслью, начнут скупать воду, тем более <...> получится **ажютаж** [Огонек 2020 №51, 4].

ИНВЕТОР *а, м., одуш.* (нем. *Investor* < лат. – см. *инвестировать*).

Лицо или организация, осуществляющие инвестицию, вкладчик [Крысин 1998].

АЖИОТАЖ *а, мн. нет, м.* (фр. *agiotage* < *agioter* *играть на бирже*).

1. Искусственно вызванное возбуждение, волнение с целью привлечения внимания к чему-л. 2. фин. Искусственное повышение или понижение курса биржевых бумаг или цен на товары с целью извлечения прибыли [Крысин 1998].

8. Пример: — С помощью **краудфандинга** вам тоже не удалось собрать деньги на фильм [Огонек 2020 №32, 34]?

Слово **КРАУДФАНДИНГ** *происходит от англ. crowd funding, crowd – «толпа», funding – «финансирование»* [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудфандинг>]. По мнению О.Ю. Патласова термин *краудфандинг* – это механизм коллективного финансирования проектов, при котором деньги на создание нового продукта поступают от его конечных потребителей [Патласов 2015, 210].

Помимо активного использования новых иностранных слов в политике и экономике, в публицистике заимствованные слова также активно

используются в других сферах.

9. Пример: Культура — это целый слой **менталитета**. Вот я тоже имел отношение к культуре, консультировал съемки фильма «9 рота» [Огонек 2011 №26, 16].

МЕНТАЛИТЕТ -а; м. [*нем. Mentalität — склад ума*]. Особое сочетание психических свойств и качеств, определяющее характерные черты умонастроения и мировосприятия человека, социальной группы или отдельного народа [Кузнецов 1998].

10. Пример: Государство действительно старается привлекать молодых ученых. Существуют программы, специальные **гранты** для молодых [Огонек 2014 №4, 36].

ГРАНТ -а; м. [*англ. grant*]. Денежное пособие, стипендия из специального фонда для проведения научных, исследовательских и иных работ в зависимости от их актуальности [Кузнецов 1998].

В последние десятилетия русский язык в основном обогащается англо-американизмами, поскольку передовые технологии и теории сосредоточены на Западе, а английский язык является мировым языком. Наши данные подтверждаются и другими исследованиями [Черноголовина, Худякова 2017].

3.4.2 **Функция экономии языковых средств**

Одной из причин заимствований является «стремление к экономии» и упрощению высказывания, когда словосочетание в языке-реципиенте заменяется одним новым словом-заимствованием [Ферм 1994, 135].

1. Пример: Идея благая: **фьючерсы** позволят фермерам накапливать и планировать свои счета за воду заранее, что является попыткой страхования рисков [Огонек 2020 №51, 4].

В Большом толковом словаре русского языка дается следующее определение:

ФЬЮЧЕРС (*англ. futures — товары, закупаемые впрок*). Вид сделки на фондовой или товарной бирже, проводимой на ещё не изготовленный товар [Кузнецов 1998].

Использование иностранных слов часто может значительно упростить высказывание, не загромождая его пространными описаниями или объяснением, обеспечить максимальную «компрессию», ускорить передачу информации. Англицизм *фьючерс* выполняет упомянутую функцию экономии речевых средств: действительно, новое иноязычное слово удобно называет то, что прежде называлось при помощи словосочетания.

2. Пример: Судя по сохранившемуся в соцсетях **скриншоту**, однако, комментарий Пескишевой никто не редактировал. [Огонек 2020 №51, 6]

СКРИНШОТ (*от англ. screenshot*) — *A screenshot (also known as screen capture or screen grab) is a digital image that shows the contents of a computer display* [Википедия, <https://en.wikipedia.org/wiki/Screenshot>].

Скриншот как компьютерный термин широко используется в бытовой жизни, в принципе можно использовать и эквивалентное ему словосочетание *снимок экрана компьютера*. Однако с помощью заимствованного термина читатель быстрее получит информацию о содержании текста.

3. Пример: Есть у нас художник Машенька, – рассказывает Сергей Николаевич, – Мария Юрьевна Коверга. Она разрабатывает **дизайн-проекты**. В этом году было предложено три [Огонек 2020 №51, 12].

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ (англ. *design project*) — это комплект документов и материалов определённого свойства, а именно, характеризующих все отделочные решения по дизайну офиса, дома, квартиры или отдельной комнаты [https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1374699].

Читателю достаточно увидеть слово *дизайн-проект* в материале, чтобы понять его значение, а автору не потребуется использовать лишних слов для описания.

4. Пример: Если дела и дальше пойдут таким образом, то, вполне можно предположить, советские старые практики могут вернуться: тогда в отелях действовал специальный тариф для иностранцев — в три раза больше заявленного по **прейскуранту** [Огонек 2019 №44, 16].

ПРЕЙСКУРАНТ *а, м.* (нем. *Preiskurant* < фр. *prix courant* < *prix* цена + *courant* текущий). Справочник, справочная таблица цен на товары и разного рода услуги [Крысин 1998].

По сравнению со словосочетанием *справочник цен на товары* иностранное слово *прейскурант* имеет преимущество – оно более кратко выражает то же значение.

5. Пример: Одно дело, когда информационную повестку формирует госструктура — тогда даже **фейк** будет называться

«неподтвержденная информация» [Огонек 2019 №15, 14].

ФЕЙК происходит от англ. *fake* «подделка». *Что-либо лживое, не соответствующее действительности, поддельное, вводящее в заблуждение.*

[Викисловарь, <https://ru.wiktionary.org/wiki/фейк>]. Слово *фейк* не отмечено в словарях.

В языке СМИ, особенно в рекламных и новостных текстах, простота текста и увеличение объема информации настолько важны, что английский язык занимает прочное место в современных СМИ. В силу его распространенности нет необходимости объяснять английские слова русскими словосочетаниями. Для стремления к экономии некоторые иноязычные вкрапления использованы прямо без перевода.

6. Пример, — **Black Lives Matter (BLM)**. Такое движение невозможно было себе даже представить лет десять назад. И, уверяю вас, оно бы не возникло, не будь первой волны **COVID-19** и множественных локдаунов [Огонек 2020 №51, 14].

Лозунг **Black Lives Matter** был популярен в Великобритании и США и достиг своего пика, когда в США в результате жестокости полиции погибли чернокожие люди. Понятие введено автором непосредственно в текст, без перевода на русский язык, что позволяет более просто и быстро называть это явление.

Слово **COVID-19** известно всем в связи с пандемией коронавируса, и его прямое использование в большей степени позволяет достичь принципа функция экономии языковых средств.

Все заимствованные слова в примерах ниже выполняют описываемую функцию.

7. Пример: Олю Тыкву, 14-летнюю героиню **TikTok**, рассуждающую о феминизме, недавно затравили пользователи «Двача» и участники «Мужского государства», которое его создатель описывает как «национал-патриархат» [Огонек 2020 №32, 28].
8. Пример: Даже на китайской виртуальной торговой площадке **AliExpress** только русскоязычные умудряются ругаться в комментариях к товарам [Огонек 2020 №32, 28].
9. Пример: Вылезая из могил, зомби в его фильме первым делом пытаются настроить телефоны на **WiFi** или выпить бокальчик шардоне [Огонек 2019 №27, 34].
10. Пример: В «Гоголь-центре», например, это понимают: анонсируя **YouTube-премьеру** видеоэссе «Феи» <...> авторы подчеркивают, что это «не набор монологов в **Zoom**, от которых всех уже немного подташнивает» [Огонек 2020 №20, 38].

Такие иноязычные вкрапления, как *Wi-Fi, Facebook, TikTok, YouTube, K-pop, COVID-19, Black Lives Matter, Zoom, AliExpress* и т. д., можно видеть в СМИ постоянно.

3.4.3 Функция эмоциональной оценки

Как известно, газетно-публицистический стиль имеет две важнейшие функции: информативную и воздействующую. Журналист является не

пассивным регистратором событий, а активным их участником, страстным и открытым – он сообщает о фактах и дает им оценку. По самой своей сути публицистика призвана активно вмешиваться в жизнь, формировать общественное мнение, потому и необходима оценка социальных, политических явлений, тенденций и процессов.

Процесс чтения публицистических текстов представляет собой особый вид коммуникации, в котором на первый план выходит не столько восприятие информации, сколько восприятие авторского отношения к ней, что связано с самой природой публицистического текста.

1. Пример: Стал ли российский **пиар** цивилизованнее за 15 лет? Судя по обширному списку номинантов, недостатка в «стреляных воробьях» не наблюдается [Огонек №43 2006, 21].

Среди частотной заимствованной лексики есть слово *пиар*, которому можно найти определение в Большом толковом словаре русского языка:

ПИАР -а; м. [от англ. сокр. PR (*public relation*) — связи с общественностью]. Практика создания и внедрения в сознание людей привлекательного образа кого-, чего-л. [Кузнецов 1998].

А.Д. Кривоносов отметил, что «*Public relation* как явление на российской почве появились в конце 80-х гг., а как самостоятельная форма деловой активности выкристаллизовались во второй половине 1990 – начале 1991 г.» [Кривоносов 2001, 40].

Пиар, вошедший в русский язык в 1980-х годах, первоначально использовалось в широком спектре политических (особенно электоральных) и

экономических контекстов без какой-либо эмоциональной оценки, но с течением времени и с изменением общества поведение социальных коммуникантов породило эмоциональную семантическую вариативность. Заимствованное слово *пиар* изначально использовалось для выражения социально некорректных отношений, в основном для подрыва престижа и достоинства конкурента или оппонента. Слово часто использовалось в сочетании с определением для передачи негативного смысла социального общения. Например, *черный пиар* означает «аморальный и незаконный пиар». Слово *пиар* в системе современного русского языка стало вершиной словообразовательного гнезда: он может образовывать различные производные, такие как *пиарщик*, *пиарить*, *отпиарить* и т. д. Некоторые из них имеют яркую оценочность. В деловом контексте *пиар* и его производные имеют нейтральную окраску, но в политическом применении они выражают презрение и негатив.

2. Пример: К тому же Филида (режиссер Ллойд. — «О») сказала мне, что я идеально подхожу для роли, поскольку я — **аутсайдер**, а Маргарет Тэтчер была **аутсайдером** в своем мире, в своей партии [Огонек 2012 №4, 40].

АУТСАЙДЕР -а; м. [англ. *outsider*]. 1. обычно мн.: *аутсайдеры*, -ов. Спорт. Команда или спортсмен, занимающие последние места в соревновании. Лидеры и аутсайдеры. 2. Разг. Тот, кто отстаёт от других в каком-л. деле. [Кузнецов 1998].

Слово *аутсайдер* было впервые заимствовано в русский язык как

спортивный термин, но в анализируемом материале оно приобретает определенный оценочный оттенок: быть позади других.

Все заимствованные слова в примерах ниже выполняют описываемую функцию.

3. Пример: Заказ должна была исполнить группировка **киллеров** из поселка Заводского Артемовского городского округа Приморского края [Огонек 2010 №24, 30].

КИЛЛЕР *а, м., одуш. (англ. killer < to kill убивать). Профессиональный убийца, убийца-наемник [Крысин 1998].*

4. Пример: Если верить документам следствия, после ареста никто из **гангстеров** так и не вспомнил об известном по фильмам про мафию «обете молчания» [Огонек 2012 №50, 48].

ГАНГСТЕР *а, м., одуш. (англ. gangster < gang шайка, банда). Участник организованной группы преступников, бандит (употребляется преимущ. по отношению к США и нек. др. странам) [Крысин 1998].*

5. Пример: Автор законопроекта прямо назвал гражданских активистов и участников подобных слушаний **«рэкетирами»**, продавливающими свои частнособственнические интересы [Огонек 2013 №2, 14].

РЭКЕТИР [*англ. racketeer < racket - шум, суета; шантаж*] – участник *рэкета (РЭКЕТ)* [Комлев 2006].

6. Пример: Если в 2005 году на сто тысяч молодых ветеранов приходилось 44,99 смерти в результате **суицида**, то в 2007-м — уже

56,77 [Огонек 2010 №2, 7].

СУИЦИД, самоубийство (*от лат. sui caedere «убивать себя»*) — *преднамеренное прекращение собственной жизни, как правило, самостоятельное и добровольное.* [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Самоубийство>] Слово *суицид* в словарях не отмечено.

7. Пример: История **хайджекеров** Овечкиных как история о Матери-Родине [Огонек 2000 №8, 1].

ХАЙДЖЕКЕР [*англ. hijack – заниматься угоном транспорта, чаще воздушного < high – высокий + jack – парень*] – *воздушный пират, угонщик, налетчик* [Комлев 2006].

8. Пример: Подзуживал и **таблоид** Bild. 2 сентября, когда на греческом берегу обнаружили тело двухлетнего Алана Курди, утонувшего при переправе из Турции, Bild дал его фото на полосу, обрамив черной рамкой [Огонек 2020 №36, 4].

ТАБЛОИД *-а; м. [англ. tabloid]. Газета небольшого формата со сжатым текстом и большим количеством иллюстрации (обычно бульварного содержания)* [Кузнецов 1998].

9. Пример: Рационально президент США пришел к справедливому выводу, что выполнение ультиматума Асаду ничего не даст для разрешения конфликта, зато может вызвать новый виток **эскалации** и вовлечения Америки в безнадежную междоусобицу [Огонек 2017 №15, 18].

ЭСКАЛАЦИЯ [англ. *escalation* - букв. восхождение с помощью лестницы] - расширение, наращивание, увеличение чего-л. [Комлев 2006].

10. Пример: Эстетические пристрастия Ройтбурда сложились под влиянием художников **андеграунда**, продолжателей традиций бурной художественной жизни Одессы 10–20-х годов XX века [Огонек 2013 №39, 44].

АНДЕГРАУНД -а; м. [от англ. *under ground* — подполье]. Получившее распространение в конце 60-х гг. 20 в. направление в музыке, литературе и изобразительном искусстве, связанное с поисками новых выразительных средств, отрицающее необходимость широкого признания и коммерческого успеха своей деятельности [Кузнецов 1998].

В приведенных выше примерах анализируемые заимствованные слова имеют явно выраженную негативную оценку или коннотацию в своей смысловой структуре.

В.В. Виноградов в работе «Лексикология и лексикография» написал, что «слово не только обладает грамматическими и лексическими, предметными значениями, но оно в то же время выражает оценку субъекта – коллективного или индивидуального. Само предметное значение до некоторой степени формируется этой оценкой, и оценке принадлежит творческая роль в изменении значений» [Виноградов 1977, 18].

Оценочность является универсальной чертой публицистического стиля, как отметила Н.И. Клушина в своей работе «Особенности публицистического стиля», она пронизывает все ярусы публицистических текстов [Клушина 2008, 483].

3.4.4 Функция описания экзотики

Лингвист А.В. Калинин отмечает в своей книге «Лексика русского языка», что к экзотическим словам (экзотизмам) относятся те, которые хотя и употребляются в русском языке, но в своем значении имеют нечто нерусское, нечто напоминающее об их иноязычном происхождении. В отличие от лексически освоенных заимствований они употребляются только в тех случаях, когда речь идет не о русской действительности, а о жизни какого-то другого народа [Калинин 1978, 72].

*Экзотика и, мн. нет, ж. (нем. Exotik < греч. exōtikos чуждый, иноземный).
Причудливые, необычайные особенности отдаленных, малоизвестных стран*
[Крысин 1998].

Таким образом, экзотизм используется для описания жизни и быта других народов, для создания местного колорита.

1. Пример: У меня вокруг дома несколько "сушарен", откуда за пять минут привезут на дом любые виды **суши** — от давно отошедших от японской традиции калифорнийских роллов до самых распространенных нигиридзуси, в которых кусочек рыбы лежит поверх колобка риса [Огонек 2016 №48, 43].

Слово *суши* является самым ярким и типичным примером в нашей жизни. Суши – это традиционная японская еда (*японское национальное блюдо: рисовые котлетки (катышки), покрытые сверху кусочком сырой рыбы или сырой креветкой и пропитанные (приправленные) своеобразным соусом.*

[Зданович 2001]), и когда вы видите это слово в новостных СМИ и в повседневной жизни, на ум приходит определенная информация – о японской кухне. Когда это слово было заимствовано, оно уже имело экзотический привкус. Однако слова прижилось в русской жизни и языке, поэтому появилось производно *сушарня* (по образцу: *пивоварня, пекарня*).

Кроме того, слова *инь*, *ян* и *туйна* как важная часть китайской философии и культуры тоже имеют сильный экзотический вкус.

2. Пример: Традиционный китайский массаж «**туйна**» как неотъемлемая часть китайской медицины основан на философии даосизма и теории **инь-ян** [Огонек 2014 №7, 38].

ИНЬ [кит. – «темный»] – в традиционной китайской космологии: женское, отрицательное начало в природе, проявляющееся в пассивности, глубине, темноте, холоде, влажности [Комлев 2006].

ЯН [кит. – «светлый»] – в традиционной китайской космологии: мужское, положительное начало, проявляющееся в деятельности, высоте, свете, тепле, сухости и взаимодействующее со своей противоположностью – **ИНЬ** [Комлев 2006].

Слово **ТУЙНА** в словарях не отмечено, но в научной статье можно найти его определение: «*Китайский массаж, получивший название «туйна», который представляет собой механическое воздействие на организм, вызванное деформацией кожи и изменением напряжения мышц.*» [Пак, Жердев, Кузенков, Куренков, Бурсагова 2018, 169].

3. Пример: Храм **К-роп**, музыкальной субкультуры, у которой сегодня

миллионы поклонников, прописался С 2015-го В SM-TOWN Coex Artium. Это «Диснейленд» XXI века. <...> кто понимает, конечно <...> «трейни» (предстартовая подготовка на местных фабриках звезд, длится от полугода до шести лет) [Огонек 2020 №51, 24].

Слова *Диснейленд*, *К-поп*, *трейни* не отмечены в словарях.

ДИСНЕЙЛЕНД (англ. *Disneyland*) – это общее название тематических парков Уолта Диснея. [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Диснейленд>]

Диснейленд выполнен в стиле традиционной американской сказки с экзотической изюминкой. И в анализируемом материале *Диснейленд* несет метафорический подтекст, обозначая фантазию.

K-POP можно разделить на две части: *K-POP MUSIC* и *K-POP COVER DANCE*. Артисты поют и танцуют во разных стилях и направлениях: это элементы западного электропопа, хип-хопа, современного ритм-н-блюза, технопопа, танцевальной музыки. Так как особенностью *К-поп* является именно аудиовизуал, то здесь не обойтись без зажигательных танцев и ультрамодных луков [Степанова, Панченко 2019, 65].

К-поп является одним из представителей корейской культуры, его можно считать образцом корейской поп-культуры Сейчас в России *К-поп-культура* имеет большое влияние на молодежь. В СМИ это слово использовано прямо и позволяет создать «эффект присутствия».

ТРЕЙНИ (от англ. *Trainee*) — начинающие артисты, приходящие в индустрию в раннем возрасте. [<https://djulsru.wordpress.com/2020/02/22/что-такое-k-поп/#3>] Возникнув в Японии и Южной Корее, эта модель используется

актерскими компаниями для выявления новых артистов. Может быть истолкована как резерв актерского таланта перед дебютом. Именно по этой причине слово *трейни* имеет сильный экзотический привкус, и когда мы упоминаем его, первое, что приходит на ум, – это корейское или японское шоу.

4. Пример: Просто если в нужный момент те или иные «**айдолы**» зажигаются и занимают место на пьедесталах, это значит, что изобретатели очередного «корейского чуда» зацепились за тот самый «**сасэн**», без которого оно не работает [Огонек 2020 №51, 24].

АЙДОЛАМИ (от англ. *idol*) называют молодых азиатских поп-звезд, и уже по самому слову понятно, что эти люди фактически совершенны. [https://www.kinopoisk.ru/media/article/4007092/] Слово *айдол* в словарях не отмечено. Этот термин впервые возник в Японии и Корее и является термином, используемым для обозначения молодых идолов (например, актеров, певцов, групп и т. д.) в их родных странах.

САСЭН (кор. *사생팬*, + англ. *fan; sasaengraen*) – корейский неологизм, означающий поклонников *K-pop*-музыкантов, особенно фанатично любящих своих кумиров и способных в ряде случаев на нарушение закона «ради них» [Википедия, https://ru.wikipedia.org/wiki/Сасэн].

Слово *Сасэн* в словарях не отмечено, оно называет фаната, который вторгается в личную жизнь и работу *айдолов* и узнает о каждом их шаге в личной жизни с помощью крайних форм вуайеризма, преследования и тайных съемок. Именно потому, что такое поведение особенно распространено в Корее, где многие знаменитости пострадали от этой незаконной практики, в СМИ

появился этот экзотический термин.

Все заимствованные слова в примерах ниже выполняют описываемую функцию.

5. Пример: К нам же привезут около 90 экспонатов, треть которых — **КИМОНО**, созданные японскими придворными мастерами и никогда прежде не экспонировавшиеся [Огонек 2017 №26, 36].

КИМОНО неизм.; ср. [япон.]. Национальная японская одежда (мужская и женская) в виде халата с широкими рукавами [Кузнецов 1998].

6. Пример: Для того чтобы «разогреть» гостя перед посещением **ойран**, и приглашались **гейши**. Они наливали гостю вино, пели и танцевали для него, но «только без рук!» [Огонек 2013 №4, 48].

ОЙРАН (яп. 花魁 *оуран*) — один из видов проституции в Японии. *Ойран* являлись одними из *юдзё* (яп. 遊女 *ю:дзё*) — «женщин для удовольствия», проституток [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/Ойран>].

ГЕЙША и, ж., одуш. (яп. *geisha*). В Японии: женщина, обученная музыке, танцам, умению вести светскую беседу и приглашаемая на роль гостеприимной хозяйки на приемы, банкеты и т. п. [Крысин 1998].

7. Пример: Здесь всегда много паломников, поэтому носить черную **чадру** на улице обязательно [Огонек 2011 №28, 48].

ЧАДРА ж. (< тур. *çadur* < перс. *çadir*). У мусульман: женское покрывало во весь рост, закрывающее голову и лицо (кроме глаз) и спускающееся по плечам вниз [Крысин 1998].

8. Пример: Важно, чтобы борьба с **мафией** была поддержана

населением Калабрии [Огонек 2021 №2, 14].

МАФИЯ [ит. *maf(f)ia* – на сицилийском диалекте – «смелость»] – тайная политическая организация террористов, противостоящая властям и пользующаяся методами шантажа, насилия, убийств [Комлев 2006].

9. Пример: Будут и китайский цирк, и китайская опера, и боевое искусство **ушу** с гимнастикой **тайцзи**, и, разумеется, китайская кухня с ее острой лапшой **даньданьянь** и свиной **цзинцзян**, и многое другое [Огонек 2007 №7, 19].

УШУ нескл., с. (кит. *wùshù*). Традиционные китайские воинские искусства, сочетающие определенные философские, этические и психофизические принципы совершенствования личности с системой специфических физических упражнений, приемов рукопашного боя и др. [Крысин 1998].

ТАЙЦЗИ (кит.) – «высшее начало», «великий предел» – исходная первоначальная жизненная энергия, из которой появилась Вселенная [Щеглов, Арчер 2006].

ДАНЬДАНЬМЯНЬ или Лапша Дандан (упрощенный китайский: 担担面), буквально "лапша на шесте", – блюдо из лапши, родом из китайской кухни провинции Сычуань [Википедия, https://en.wikipedia.org/wiki/Dandan_noodles].

ЦЗИНЦЗЯН (кит. упр. 靖江, пиньинь *Jìngjiāng*) – городской уезд городского округа Тайчжоу провинции Цзянсу (КНР) [Википедия, <https://ru.wikipedia.org/wiki/Цзинцзян>].

10. Пример: За короткий срок Штурмин и его сподвижник Тадеуш

Касьянов создали широкую сеть школ **каратэ** в Москве и на территории всей страны [Огонек 2010 №3, 18].

КАРАТЭ [*яп.* – букв. «голыми руками»] – спорт. японская система самообороны без оружия; вид спортивной борьбы, использующий приемы этой системы [Комлев 2006].

3.4.5 Функция обогащения авторского языка

Функция газетного текста определяет его основной принцип построения – чередование выражения и стандарта. Как показывает анализ газетных текстов, иноязычная лексика не только обогащает текст информативно, но нередко и снимает стандарт изложения, способствуя выражению авторского языка. По мнению Е.В. Розена, «экспрессивность новизны» – одна из устойчивых причин заимствования англицизмов как более престижных, значительных, выразительных [Розен 1991, 152]. Чтобы избежать монотонности языка, автор может употреблять и исканную русскую лексику, и заимствованную. Употребление заимствованной лексики дает возможность избежать тавтологии в одном и том же тексте, обогащая язык СМИ.

1. Пример: — Этого я сказать не могу: коммерческая тайна, но, поверьте, он прибылен. Ведь **тинейджеры** со всего мира едут сюда уже пятый год... [Огонек 2020 №51, 24]

ТИНЕЙДЖЕР [*нэ*], -а; м. [*англ. teenager — подросток*] Подросток, молодой человек 14–17 лет [Кузнецов 1998].

Хотя в русском языке уже есть слово *подросток*, передающее то же

значение, но слово *тинейджер* относится к заимствованным словам (англицизм), которое придает тексту экспрессивность новизны. Кроме того, слово *тинейджер* имеет четко выраженную категорию возраста.

2. Пример: Но пришествие Рождества – это не только **шопинг**, но и открытие театральных сезонов в музыкальных театрах [Огонек 2020 №51, 23].

ШОППИНГ -а; м. [англ. *shopping*] В англоязычных странах: посещение магазинов в выходной день [Кузнецов 1998].

Здесь *шопинг* имеет то же значение, что и слово *покупка*, но по сравнению с ним имеет дополнительный оттенок значения.

3. Пример: Знаковые события этого года, которые держались в **топе** интереса россиян, тоже работали не столько на консолидацию общества, поясняют социологи, сколько на разъединение [Огонек 2020 №51, 19].

ТОП, -а; м. [англ. *top* — *верх*]. Самое популярное, модное произведение, вещь (в одежде, эстрадной музыке и т. п.); список таких произведений [Кузнецов 1998].

Общее значение слова *top* – «верх», но в зависимости от контекста оно может означать разное. Использование слова *top* в приведенном выше контексте не только обогащает язык автора, но и позволяет ему выразить смысл с помощью более модного, престижного слова.

4. Пример: Сегодня же смены информационного фона, несмотря на появившиеся вакцины, идущие по всему миру прививки, не

происходит. В Великобритании, например, вообще введен жесткий локдаун [Огонек 2020 №51, 15].

ЛОКДАУН (англ. *lockdown*). *Строгая изоляция (заключённых)* [Апресян]

Контекст говорит нам о том, что эмбарго было введено во время появления нового коронавируса. *Локдаун* – это англицизм, он лучше описывает сильные эмоции, связанные с опасностью и тяжестью заболевания ковид, в связи с которым и был объявлен локдаун, то есть отражает экспрессивность новизны.

5. Пример: В массовом сознании гуляет довольно зловредный миф: мол, имплантация — это не для простых смертных. Да, цена в **прайс-листе** клиники может и резануть глаз [Огонек 2002 №38, 12].

ПРАЙС-ЛИСТ [*< англ. price – цена + list – список, перечень*] – *прейскурант, список цен, реестр, ценовый регистр* [Комлев 2006].

Хотя в русском языке уже существует слово *прейскурант* (тоже заимствованное), слово *прайс-лист* может помочь избежать повторений и обогатить язык писателя.

6. Пример: Новый год или, как говорят здесь, праздник Весны — «**Чуньцзе**», у китайцев — повод собраться всей семьей, кланом, усесться за одним большим столом и отдать должное доброду застолью [Огонек 2007 №7, 19].

Слово **ЧУНЬЦЗЕ** транскрибируется через китайский пиньинь *chūnjié*(春节). *Чуньцзе* имеет значение *Китайский Новый год*, который после 1911 года в дословном переводе называется Праздник весны [Википедия,

https://ru.wikipedia.org/wiki/Китайский_Новый_год].

Автор использует наименование *Чуньцзе* вместо *Праздника Весны* не только для того, чтобы избежать повторения слов, но и для того, чтобы выразить экспрессивность новизны языка СМИ.

7. Пример: Все будет **хао** [Огонек 2007 №7, 19].

Значение слова **ХАО** [от кит. 好, пиньинь *hǎo*] в Словаре Синьхуа — Хорошая или удовлетворяющая кого-л. вещь, в противоположность плохой вещи [Институт лингвистики, Китайская академия общественных наук 2020].

Использование китайского слова *хао* в журнальном заголовке вместо русского слова *хорошо* делает его более привлекательным и обогащает язык автора.

Все заимствованные слова в примерах ниже выполняют описываемую функцию.

8. Пример: Токио. **Дубль** первый [Огонек 2019 №35, 38].

ДУБЛЬ -я; м. [от франц. *double* — двойной] Спорт. Двойная победа. [Кузнецов 1998]

9. Пример: Но кроме поклонников-покупателей у королевы пудры и помад есть и **хейтеры** [Огонек 2020 №14, 6].

ХЕЙТЕР от англ. *hater*, далее от прагерм. *тот, кто ненавидит кого-, что-либо; ненавистник* [Википедия, <https://ru.wiktionary.org/wiki/хейтер>]. Слово *хейтер* не отмечено в словарях.

По сравнению со свободными словосочетаниями или исконными русскими словами иноязычные слова обычно носят более яркую экспрессию,

вызванную их происхождением, они являются необходимыми элементами системы выразительных средств газетной речи.

Выводы

В процессе употребления заимствованного слова в языке, в силу различного исторического фона, меняется и его стилистическое значение. Это очень заметно в средствах массовой информации, где риторика слова меняется постоянно.

Употребление иноязычных слов – это возможность наименования новых понятий; потребность различать близкие по значению, но разные понятия. Предпочтение этих слов СМИ обусловлено стремлением к новизне и разнообразному выражению знакомых явлений. Они используются как для экономии места, характерной для газетного языка, так и для обогащения языка СМИ за счет исключения повторов в авторском тексте.

Заимствованные слова связаны с национальными особенностями (политический строй, обычаи, культурные особенности и повседневная жизнь страны). Употребление таких слов обусловлено не языковыми причинами, а темой и разговорной ситуацией. Переход многих ранее заимствованных слов в общеупотребительный язык привел к изменению их значения или стилистической окраски.

Заключение

Будучи активной частью русской лексической системы, заимствованная лексика является зеркалом русского общества, культуры, технологии и экономики. Она обогащает и пополняет систему русского языка, но в то же время бросает вызов его чистоте.

На публицистический стиль сильное влияние оказывает массовый характер коммуникации. Неограниченный характер тем, свойственный этому стилю, определяет необычайную широту и разнообразие его лексики. К основным языковым особенностям публицистического стиля относятся преобладающая неоднородность стилистических средств, использование специальных терминов и эмоционально насыщенной лексики.

Исторические контакты народов и наличие определенной степени двуязычия в стране; необходимость назвать новую вещь, новое понятие; новаторство народа в определенной сфере деятельности; престижность иностранного слова по сравнению с родным; экономия языковых средств – все это составляет нелингвистические причины языковых заимствований. Существуют и собственно лингвистические причины: необходимость восполнения недостающих звеньев в лексической системе языка; необходимость более точного семантического выражения тех или иных понятий заимствованными словами; тенденция к различению синонимов; тенденция к дополнению средств языкового выражения.

В настоящей работе исследуется стилистический аспект употребления

заимствованных слов в популярном российском журнале «Огонек», учитываются такие факторы, как снижение и повышение стилистической окраски, стилистическая нейтрализация, стилистическое перераспределение заимствованной лексики. Большинство случаев связано с конкретными историческими и культурными событиями или изменившейся политической ситуацией. Экзотическая лексика связана с обозначением специфических национальных черт (политического уклада, обрядов, особенностей культуры и быта какого-либо народа). Употребление такой лексики обусловлено не языковыми причинами, а тематикой, ситуацией речи.

Тенденция к потребности в номенклатуре, необходимость различать сходные по смыслу понятия; предпочтение использования заимствованных слов в СМИ оправдано стремлением к поиску новизны и разнообразию выражения уже знакомых явлений.

Подобные лексемы используются и для экономии средств выражения, что является особенностью языка СМИ, и для обогащения языка и избежания повторов в авторском тексте.

Наше исследование не охватывает всех вопросов, касающихся классификации новых заимствованных слов и функций их использования в СМИ: это было бы невозможно в рамках более масштабного исследования. Кроме того, заимствование новых слов – это активный процесс, и никакие исследования в этой области не могут исчерпать всю тему, пока существуют разные языки и культуры и происходит обмен между ними.

Список литературы

1. Агеева А.В., Габдреева Н.В. К истории французско-русских языковых контактов в сравнительном освещении // Вестник Чувашского ун-та. 2007. №4. С. 125–128.
2. Аристова В.М. Англо-русские языковые контакты. Л., 1978.
3. Бельчиков Ю.А. Интернациональная терминология в русском языке. М., 1959.
4. Биржакова Е.Э., Войнова Л.А., Кутина Л.Л. Очерки по исторической лексикологии русского языка XVIII века. Языковые контакты и заимствования. Л., 1972.
5. Боженко Л.Н. Заимствованная лексика в современном русском языке. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://filologdirect.narod.ru/sra/sra_2006_19.html. Загл. с экрана. На рус. яз. (Дата обращения: 23.05.2023)
6. Будагов Р.А. Литературные языки и языковые стили. М., 1967.
7. Былинский К.И., Розенталь Д.Э. Литературное редактирование. 2-е изд., испр. и доп. М., 1961.
8. Былинский К.И. Язык газеты: Избр. работы / К.И. Былинский; Сост. [и авт. вступ. ст., с. 6–34] К.М. Накорякова. М., 1996.
9. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи: учебное пособие для студентов-иностранцев. М., 1982.

10. Васильева Е. Неоправданное использование заимствованной общественно-политической лексики в СМИ // Вопросы Интернет-образования. 2005. № 31.
11. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография: Изб. тр. М., 1977.
12. Виноградов В. В. Очерки по истории русского литературного языка XVII–XIX вв. 3-е изд. М., 1982.
13. Виноградов В.В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / Акад. наук СССР. Отд-ние литературы и языка. М., 1963.
14. Винокур Г.О. Культура языка. 2-е изд., испр. и доп. М., 1929 [обл. 1930].
15. Володарская Э.Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. 2002. №4. С. 96–118.
16. Володина М.Н. Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008.
17. Габдреева Н.В. Лексика французского происхождения в русском языке (историко-функциональное исследование). Галлицизмы русского языка: происхождение, формирование, развитие. Ижевск, 2001.
18. Гус М.С., Загорянский Ю., Каганович Н. Язык газеты. М., 1926.
19. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь): учебное пособие М., 2008.
20. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиалингвистики: На материале английского языка: автореф. дис. ... доктора филологических наук: 10.02.04 / МГУ им. М.В. Ломоносова. М., 2000.

21. Дьяков А.И. Функциональные особенности англицизмов и их дериватов в русском молодежном жаргоне // Известия Южного федерального университета. Филол. науки. 2011. №4. С. 100–111.
22. Калинин А.В. Лексика русского языка: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика». 3-е изд. М., 1978.
23. Калинина М.В. Экология языка. Заимствования в средствах массовой информации // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2018. Т 15. №2. С. 43–47.
24. Клушина Н.И. Два противоположных значения в одном слове // Русская речь. 1997. №3. С. 50–57.
25. Клушина Н.И. Интенциональные основы стилистики // Труды кафедры стилистики русского языка. М., 2013. С. 86–96.
26. Клушина Н.И. Медиастилистика // Экология языка и коммуникативная практика. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediastilistika> (дата обращения: 21.05.2023).
27. Колокольцева Т.Н. Интернет-коммуникация как новая речевая формация М., 2018.
28. Кондакова Н.И. Язык газеты: Практическое руководство и справочное пособие для газетных работников. М.; Л., 1941.
29. Копнина Г.А., Сквородников А.П. Экспрессивные средства в языке современной газеты: тенденции и их культурно-речевая оценка // Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов / Под ред. М.Н. Володиной. М., 2008.

30. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М., 1971.
31. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. М., 1994.
32. Кривенко Б.В. Язык массовой коммуникации: лексико-семиотический аспект. Воронеж, 1993.
33. Кривоносов А.Д. PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб., 2001
34. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте современной общественной жизни // Русский язык конца XX столетия. М., 1996.
35. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М, 1968.
36. Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М., 2004.
37. Крысин Л.П. Слово в современных текстах и словарях: очерки о русской лексике и лексикографии. М., 2008.
38. Кушнарченко Н.Н. Документоведение: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. К., 2000.
39. Маринова Е.В. Иноязычная лексика современного русского языка: учеб. пособие. 2-е изд., стер. М., 2013.
40. Маторин Б.И., Тимченко А. В. Несколько замечаний о неологизмах последнего времени // URL: https://www.confcontact.com/2014-nauka-v-informatsionnom-prostranstve/fl2_matorin.htm/2014. (дата обращения: 21.05.2023).

41. Нецименко Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: проблемы, тенденции развития // Вопросы языкознания. 2001. № 4. С. 100–112.
42. Пак Л.А., Жердев К.В., Кузенкова Л.М., Куренков А.Л., Бурсагова Б.И. Терапевтические методы при детском церебральном параличе с позиций доказательной медицины // Российский педиатрический журнал. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/terapevticheskie-metody-pri-detskom-tserebralnom-paraliche-s-pozitsiy-dokazatelnoy-meditsiny> (дата обращения: 22.05.2023).
43. Патласов О.Ю. Краудфандинг: виды, механизм функционирования. Перспективы народного финансирования в России // Наука о человеке: гуманитарные исследования. 2015. №2 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kraudfanding-vidy-mehanizm-funktsionirovaniya-perspektivy-narodnogo-finansirovaniya-v-rossii> (дата обращения: 24.05.2023).
44. Рождественский Ю.В. Теория риторики М., 1997.
45. Розен Е.В. Новые слова и устойчивые словосочетания в современном немецком языке. М., 1991.
46. Русско-тюркские языковые взаимосвязи: Библиографический указатель / Сост. А.А. Аминова, К.Р. Галиуллин. Казань, 2002.
47. Сенько Е.В., Ленчина М.Р. Калькирование в современном русском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. №11. С. 128–133.

48. Сковородников А.П. О предмете эколингвистики применительно к состоянию современного русского языка // Экология языка и коммуникативная практика. 2013. №1. С. 194–222.
49. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры: Динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. СПб., 2002.
50. Солганик Г.Я. Лексика газеты: (функциональный аспект): учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика». М., 1981.
51. Сорокин Ю.С. Развитие словарного состава русского литературного языка. 30–90 годы XIX века. М.; Л., 1965.
52. Степанова В.С., Панченко О.Л. Корейская поп-культура в России: основные направления развития // Казанский вестник молодых учёных. 2019. №3 (11). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/koreyskaya-pop-kultura-v-rossii-osnovnye-napravleniya-razvitiya> (дата обращения: 22.05.2023).
53. Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации: (Принципы измерения яз. вариантности) / Отв. ред. А.Н. Баскаков. – М., 1989.
54. Ферм Л. Особенности развития русской лексики в новейший период: на материале газет. Uppsala, 1994.
55. Франко Е.П., Франко М.В. Экология языка в современном обществе // Политическая лингвистика. 2019. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-yazyka-v-sovremennom-obschestve> (дата обращения: 23.05.2023).

56. Черноголовина Т.Г., Худякова Н.В. Новейшие англицизмы в современном русском языке // Молодой ученый. 2017. №47 (181). С. 255–258.
57. Шанский Н.М., Боброва Т. А. Лексикология современного русского языка. М., 1972.
58. Шапошников В.Н. Иностранные слова в современной российской жизни // Русская речь. 1997. №3. С. 38–42.
59. Шафир Я.М. Вопросы газетной культуры... / Предисл. Л. Сосновского. М.; Л., 1927.
60. Шафир Я. Газета и деревня. 2-е изд., доп. М.; Л., 1923.
61. Шмелев Д.Н. Русский язык в его функциональных разновидностях: (К постановке проблемы). М., 1977.
62. Шмелев Д.Н. Современный русский язык. М., 1977.
63. Эпштейн М.Н. Проективный словарь гуманитарных наук. М., 2017.
64. Юйпин Ч. Иноязычные заимствования в современном русском языке // Вестник Новосибирского гос. пед. ун-та. 2015. Т. 4 (26). [Электронный ресурс]. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/inoyazychnye-zaimstvovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke/viewer>
65. Dwight Bolinger. Aspects of Language. 1st. Beijing
66. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1374699>
67. URL: <https://djulsru.wordpress.com/2020/02/22/что-такое-k-pop/#3>
68. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Dandan_noodles
69. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Screenshot>
70. URL: <https://radiosputnik.ria.ru/20200319/1568826264.html>

71. URL: <https://ria.ru/20200318/1568815927.html>
72. URL: <https://ru.wikipedia.org/Ойран>
73. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Диснейленд>
74. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дресс-код>
75. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Китайский_Новый_год
76. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудфандинг>
77. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Маршрутизатор>
78. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Самоубийство>
79. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Сасэн>
80. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Цзинцзян>
81. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/фейк>
82. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/хейтер>
83. URL: <https://tass.ru/ekonomika/6520631>
84. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4007092/>

Словари

1. Апресян Ю.Д. и др. Новый большой англо-русский словарь=New english-russian dictionary: в 3 т. содержится ок. 250 000 лекс. единиц / Под общ. рук. Ю.Д. Апресяна и Э.М. Медниковой. 8-е изд., стер. М., 2003
2. БСИС – Большой словарь иностранных слов [Электронный ресурс] / ИДДК. М., 2007.
3. Евгеньева А.П., Алекторова Л.П. Словарь русского языка: в 4 т. / Акад. наук СССР, Ин-т рус. яз.; [гл. ред. А.П. Евгеньева; выполн.

- Л.П. Алекторовой и др.]. 3-е изд., стер. М., 1985–1988.
4. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. 4-е изд., испр. и доп. Назрань, 2005.
 5. Зданович Л.И. Кулинарный словарь. М., 2001.
 6. Князев А.А. Энциклопедический словарь СМИ. Журналистика и лингвистика, коммуникативистика и право, история журналистики и технологии et cetera: дефиниции, термины, концепции, справочные материалы. Бишкек, 2002.
 7. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов: [более 4500 слов и выражений]. М., 2006.
 8. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов: Ок. 25000 слов и словосочетаний. М., 1998.
 9. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. СПб., 1998.
 10. Лехина И.В., Петрова Ф.Н. Словарь иностранных слов. 4-е изд., перераб. и доп. М., 1954.
 11. Маринова Е.В. Теория заимствования в основных понятиях и терминах [Электронный источник]: Словарь-справочник. 2-е изд., стер. М., 2014.
 12. Ожегов С.И./ Толковый словарь русского языка: 100000 слов, терминов и выражений / под общ. ред. Л. И. Скворцова. 28-е изд., перераб. М., 2015.
 13. Шмидт О.Ю. Большая советская энциклопедия. М., 1926–1947.
 14. Щеглов Г.В. Мифологический словарь : ок. 1800 ст. : [основные сведения о мифологиях наиболее знач. мировых цивилизаций и регионов] / Г. В. Щеглов , В. Арчер. - Москва : АСТ [и др.], 2006.

15. Ярцева В.Н. Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
16. EdwART – Новый словарь иностранных слов [Электронный ресурс] / EdwART, 2009.
17. 中国社会科学院语言研究所 新华字典. – 第 12 版. - 北京: 商务印书馆, 2020.