

БЕЛОВА Н. А., КЕЖАЙКИНА А. В.

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ И СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ
ЗАИМСТВОВАНИЙ В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ**

Аннотация. В статье рассматривается использование заимствованной лексики в текстах современной газетной публицистики на примере издания «Культура». Выявляются причины проникновения заимствованных слов в российские СМИ, даётся классификация заимствований по тематическим группам. На основе результатов исследования установлено, что англо-американизмы являются наиболее частотными заимствованиями в современных русскоязычных СМИ.

Ключевые слова: заимствования в русском языке, иноязычная лексика, язык СМИ, глобализация, англицизмы, варваризмы, экзотизмы, композиты, тематические группы, стилистические функции.

BELOVA N. A., KEZHAYKINA A. V.

**STRUCTURAL-SEMANTIC AND STYLISTIC ANALYSIS
OF BORROWINGS IN MODERN NEWSPAPER TEXTS**

Abstract. The article considers the use of borrowed vocabulary in modern media texts on the example of the Culture newspaper. The reasons for the penetration of borrowed words into the Russian media are revealed, the classification of borrowings by thematic groups is given. Based on the results of the study, it was found that Anglo-Americanisms are the most frequent borrowings in modern Russian media.

Keywords: borrowings in the Russian language, foreign vocabulary, media language, globalization, Anglicism, barbarisms, exoticisms, composites, thematic groups, stylistic functions.

Одним из наиболее эффективных и показательных методов расширения лексического состава русского языка является заимствование слов из других языков. Термин «заимствование», как отмечают исследователи Е. В. Сенько и А. С. Чекоева, неоднозначен, поскольку обозначает и процесс, и результат этого процесса [11]. Новые слова пополняли лексику русского языка на протяжении веков, что является следствием постоянных контактов с другими странами на всех уровнях: экономическом, политическом, культурном, социальном. В нашем языке функционирует значительное количество слов из тюркских языков (*аркан, сазан, изюм*), французского языка (*абажур, бланк, гардероб*), немецкого (*солдат, шлагбаум, вахта*), итальянского (*фортепиано, опера, серенада*), испанского (*танго, эмбарго, какао*) и многих других. Несомненным остается тот факт, что взаимодействие с

иной культурой, столкновение с чужими реалиями и понятиями влечет за собой процесс заимствования лексем, в результате которого в конкретный язык интегрируются и впоследствии подвергаются различной степени адаптации иноязычные слова и выражения.

В условиях функционирования единого информационного пространства ключевую роль в распространении заимствованных слов играют СМИ, с помощью которых события и факты получают словесно-образное выражение. Язык СМИ, отражая динамику языковых процессов, является ярким показателем социальных перемен [1]. Так, начало стремительного притока заимствований в российскую газетную публицистику приходится на 90-е годы XX века [8]. В постсоветском пространстве создается благоприятная почва для «вестернизации» всех сфер общества; западный образ жизни начинает соотноситься с прогрессивностью и успехом. Причины активной интеграции иноязычных слов в язык СМИ в этот период традиционно связывают с влиянием глобализации, которая характеризуется ростом научно-технического прогресса, бурным развитием информационной среды, культурными, политическими и экономическими взаимодействиями стран.

Лингвистический аспект данного феномена принято называть «языковой глобализацией», под которой понимается распространение английского языка по всему миру, рост его востребованности во многих сферах [2]. За английским языком закрепляется статус *lingua franca* – языка международного общения. В современном мире именно английский является языком науки, образования, бизнеса, авиации, шоу-бизнеса, политики, дипломатии и других областей. Как отмечает В. Г. Костомаров, для представителей многих культур английский язык несет в себе отпечаток прогрессивности, престижности, элитарности, эксклюзивности, материального благополучия, прогресса [6]. По этой причине среди всего пласта заимствований в текстах современных СМИ доминирует лексика англо-американского происхождения.

Проблеме заимствования в разное время посвящали свои работы такие известные ученые-лингвисты, как Э. Хауген («Языковой контакт») [16], Л. П. Крысин («Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному языку и социолингвистике») [7], О. П. Сологуб («Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке») [14], Е. В. Маринова («Теория заимствования в основных понятиях и терминах») [10] и многие другие. Проблема изучения заимствованной лексики в наши дни является важной в связи с тем, что именно в последние десятилетия создались оптимальные условия для заимствования русским языком иноязычной лексики.

Интерес к изучению заимствованной лексики в языке СМИ так же актуален в настоящее время, поскольку иностранные слова, с одной стороны, являются источником

пополнения общего словарного фонда языка, с другой – могут использоваться неуместно, что особенно заметно в речи представителей СМИ.

Так, в работе М. В. Хаптеевой, Х. Б. Гаирбековой выводится тезис об обеднении современного русского литературного языка, что связано со снижением уровня речевой культуры в средствах массовой информации за счет широкого использования заимствований из иностранных языков, преимущественно западноевропейских [15]. Помимо неоправданного использования заимствованных слов и выражений в прессе и в публичных выступлениях, обеднению языка способствует использование сленга, просторечий и жаргонов. Подобной позиции придерживается и М. В. Калинина, затрагивая в своей работе проблему «экологии языка». Исследователь приходит к выводу, что активное употребление заимствований в масс-медиа затрудняет восприятие информации, несет угрозу русскому языку и национальной культуре [4]. С другой стороны, воздействующая функция, важная в языке СМИ, обуславливает острую потребность в использовании оценочных средств выражения, а иноязычное слово «способно привлечь внимание читателя своей необычностью, экзотичностью, "модностью", "авторитетностью"» [3, с. 3]. Таким образом, вопрос об использовании иноязычной лексики в текстах СМИ на современном этапе является дискуссионным.

Целью нашего исследования является изучение заимствованной лексики и ее стилистических функций в текстах издания «Культура». Для реализации поставленной цели выдвинуты следующие задачи: 1) выявить методом сплошной выборки заимствованную лексику в статьях издания «Культура» с ноября 2022 г. по январь 2023 г.; 2) классифицировать заимствованную лексику по тематическим группам; 3) определить стилистическую функцию заимствований.

В анализируемых статьях наиболее частые случаи употребления заимствований объединены в тематические группы «Музыка», «Киноиндустрия», «Коммуникации», «Профессии».

Тематическая группа «Музыка» (19 фактов употребления).

Хит-парад (от англ. hit – удар, попадание, удача, parade – парад, шествие), *биг-бэнд* (от англ. big band – большой оркестр), *бэнд-лидер* (от англ. band – оркестр, leader – ведущий), *бэк-вокал* (от англ. backing vocal – пение на заднем плане), *мелос* (от греч. melos – напев), *опус* (от лат. opus – дело, произведение), *лонгплей* (от англ. long play – долгоиграющий), *бит* (от англ. beat – удар).

Среди выявленных заимствований особенно выделяются музыкальные жанры: *хард-рок* (от англ. hard rock – тяжелый рок), *софт-рок* (от англ. soft rock – мягкий рок), *рок-н-ролл*

(от англ. rock and roll – качайся и крутись), *хеви-метал* (от англ. heavy metal – тяжелый металл), *соул* (от англ. soul – душа), *свинг* (от англ. swing – раскачка).

Примечательно, что тексты, затрагивающие темы национальной музыки, изобилуют экзотизмами, которые описывают реалии нерусской действительности. Экзотизмы используются для передачи национально-культурной специфики, в рамках данной тематической группы и конкретного примера – знакомят читателя с музыкальными реалиями татарского народа: «У нас оркестр европейского уровня, но при этом в нем звучат *баян, курай, кубыз*, каждая песня – с национальным колоритом», «На сцене Татарского театра оперы и балета имени Мусы Джалиля в седьмой раз состоялся грандиозный праздник татарской песни «*Узгәреш жиле*» // Статья «Фестиваль "Ветер перемен" в Казани: татарская песня устремлена в будущее, автор: Александр Матусевич, издание «Культура», 16.12.2022.

В текстах, посвященных западноевропейской музыке, в частности, американской, употребляется значительное количество варваризмов: «Творчество Хендрикса не отличается подчеркнутой доходчивостью, его даже *мейнстримовым* можно назвать с большой натяжкой» // Статья «Говорящая гитара, или Гений Джими Хендрикса», автор: Денис Бочаров, издание «Культура», 25.11.2022. Отличительной чертой варваризмов является наличие лексического эквивалента в русском языке и окказиональный характер употребления. Автор мог использовать синонимичное прилагательное «популярным», однако варваризм «мейнстримовым» несет в себе оттенок престижности и, соответственно, имеет большую экспрессию.

Тематическая группа «Киноиндустрия» (17 фактов употребления).

Лексика данной тематической группы в основном представлена наименованиями новых кинематографических жанров: *артхаус* (от англ. art house – дом искусств), *трейлер* (от англ. trailer – идущий по следу), *триллер* (от англ. thrill – трепет), *блокбастер* (от англ. blockbuster – разрушитель кварталов), *приквел* (от англ. prequel – предыстория), *сиквел* (от англ. sequel – продолжение), *триквел* (от англ. three – три + sequel – продолжение), *экшен* (от англ. action – действие), *плейбэк* (от англ. playback – игра назад), *интертеймент* – (от англ. entertainment – развлечение), *постпродакшн* (от англ. post – после и production – продукция), *бэкстейдж* (от англ. backstage – за сценой), *байопик* (от англ. biopic – биографическая картина).

В материалах издания «Культура» частотны случаи употребления композитов, в том числе из области кино (*шорт-лист, спин-офф, клипмейкер*). По мнению А. О. Шишолойной, композиты являются результатом процесса заимствования или же имеют в своем составе иноязычный элемент [17]. Например: «Падение к относительно благополучному 2019-му

составило 61% *бокс-офиса* и 66% – по зрителям, то есть отрасль упала в три раза» // Статья «Итоги 2022 года в киноотрасли: зависимость от американского кино привела к падению на 60%», автор: Алексей Коленский, 14.12.2022. Композит *бокс-офис* (от англ. box office – будка билетёра) означает кассовый сбор от проката фильма. Автор использует данный композит не только по причине кажущейся экспрессии англоязычных слов, но и с целью замены более широкого по своей структуре русского синонима, поскольку слова-композиты «обеспечивают экономию речевых средств и усилий в процессе общения, что особенно важно для носителей русского языка XXI века, речь которых отличается динамичностью и демократичностью» [12, с. 1].

Тематическая группа «Коммуникации» (16 фактов употребления) объединяет слова, относящиеся интернет-пространству: *блог* (от англ. blog – сетевой дневник), *блогер* (от англ. blogger – автор сетевого дневника), *пост* (от англ. post – сообщать, объявлять), *контент* (от англ. content – содержание), *стриминг* (от англ. streaming – потоковое вещание), *Ютьюб* (от англ. you – ты/вы и tube – труба, на сленге означает телевизор), *Telegram* (от англ. telegram – телеграмма), *хештег* (от англ. hashtag от hash – знак «решетка» и tag – метка), *онлайн* (от англ. online – на линии), *оффлайн* (от англ. offline – не на линии), *фейк* (от англ. fake – подделывать, фальсифицировать). Выделяются слова, связанные с телевидением и телефонной связью: *реалити-шоу* (от англ. reality – действительность, реальность и show – представление, показ), *ток-шоу* (от англ. talk show – разговорное представление), *прайм-тайм* (от англ. prime-time – наиболее удобное, лучшее время), *шоураннер* (от англ. show runner – продвижение шоу), *колл-центр* (от англ. call center – центр обработки звонков).

Сфера интернет-коммуникаций является наиболее восприимчивой к принятию иноязычных слов: «Онлайн-премьера новых приключений *блогера-пранкера* в исполнении Виктора Хориняка состоится 30 января на Premier, сообщила пресс-служба *стриминга*» // Заметка «Комедия "Непослушник 2" о блогере в монастыре появится в Сети», 30.01.2023. Центральной функцией заимствований является номинативная, обусловленная необходимостью назвать новые явления, предметы и реалии. Названия социальных сетей не имеют русского эквивалента, поэтому передаются либо графическими и фонетическими средствами языка-источника, либо русской графикой: «Создатели игры по вселенной Гарри Поттера раскрыли имя актера, воплотившего образ Финеаса Найджелуса Блэка, а также выпустили ролик с ним на *ютьюбе*» // Заметка «Директора Хогвартса в Hogwarts Legacy сыграл Саймон Пегг», 11.01.2023.

Тематическая группа «Профессии» (13 фактов употребления).

Названия большинства новейших профессий можно классифицировать по нескольким сферам. Сфера продаж: *бренд-менеджер* (от англ. brand – клеймо, знак и manager – управляющий), *девелопер* (от англ. develop – совершенствовать, разрабатывать), *дистрибьютор* (от англ. distributor – распространитель), *супервайзер* (от англ. supervisor – наблюдатель, контролер), *мерчендайзер* (от англ. merchandiser – товаровед), *промоутер* (от англ. promote – продвигать, содействовать). IT-сфера: *веб-дизайнер* (от англ. Web designer – веб-разработчик), *геймдизайнер* (от англ. game design – разработчик игр).

Таким образом, мировой прогресс обусловил возникновение новых профессиональных отраслей, названия которых активно вбирают в себя тексты современных СМИ: «Это заслуга *дистрибьюторов*, что они пробили это время» // Статья «Фильм "Чебурашка": у нашего кино лучшее, конечно, впереди!», автор: Елена Сердечнова, 26.01.2023, «С одной стороны, все эти, прости Господи, *промоутеры* Зулейхи как будто уснули на стопке журналов "Огонек" – кто-то давно разобрался с миллиардами расстрелянных, кому-то это просто неинтересно» // Статья «При чем тут Зулейха?», автор: Светлана Земелова, 29.11.2022, «Своим видением будущего The Super Mario Bros. Movie поделился *геймдизайнер и топ-менеджер* Nintendo Сигэру Миямото, сообщает Game Rant» // Заметка «Создатель Марио объяснил, почему новую экранизацию культовой игры ждет успех», 12.11.2022. Стоит отметить, что частотны случаи употребления неполностью ассимилированных заимствований-наименований лиц по профессии, в состав которых входят аббревиатуры или элементы, графически оформленные средствами языка-источника: SMM-специалист, digital-дизайнер, PR-специалист, PR-менеджер.

Обобщая материалы исследования, можно сделать вывод, что иноязычная лексика заимствуется многими сферами, не обходя стороной и область масс-медиа, уверенно занимая в ней устойчивые позиции. Подавляющее большинство заимствований в текстах издания «Культура» за ноябрь 2022 г. – январь 2023 г. имеют англо-американское происхождение, зафиксированы единичные случаи использования грецизма и латинизма. Основные сферы функционирования заимствованной лексики – кинематограф, музыкальная индустрия, информационная среда. Появление всемирной паутины – сети Интернет, развитие новейших компьютерных и информационных технологий, распространение западной культуры, мировой статус английского языка – все это обусловило проникновение в медиатексты большого количества англо-американизмов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алеевская А. О. Язык СМИ как индикатор социальных перемен // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2015. – № 3 (17) – С. 122–129.
2. Баландина Л. А., Ганина Е. В. Лингвистические аспекты глобализации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2016. – № 6. – С. 73–74.
3. Зирка В. В. Заимствование в рекламе: мода и информативность. – М.: Наука, 2012. – 130 с.
4. Калинина М. В. Экология языка. Заимствования в средствах массовой информации // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2018. – № 2. – С. 43–47.
5. Карасик В. И. Тенденции развития общения в современной массовой культуре. – М.: Наука, 2010. – 250 с.
6. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – 3-е изд., испр. и доп. – СПб.: Златоуст, 1999. – 320 с.
7. Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному языку и социолингвистике. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 888 с.
8. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Эксмо, 2005. – 944 с.
9. Маринова Е. В. Иноязычные слова в русской речи конца XX - начала XXI века: проблемы освоения и функционирования: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. – М., 2008. – 509 с.
10. Маринова Е. В. Теория заимствования в основных понятиях и терминах. – М.: Флинта, 2013. – 240 с.
11. Нарочная Е. В. Иноязычные слова в современной российской публицистике // Язык и культура. – 2009. – № 4. – С. 84–97.
12. Сахарный Л. В. Структура слова-универба и контекст // Словообразование и семантико-синтаксические процессы в языке. Межвузовский сборник. – Пермь, 1977. – С. 27–37.
13. Сенько Е. В., Чекоева А. С. Современная теория заимствования: терминологический аспект // Вестник КГУ. – 2018. – № 2. – С. 290–292.
14. Сологуб О. П. Усвоение иноязычных структурных элементов в русском языке // Наука. Университет. Материалы третьей научной конференции. – Новосибирск, 2002. – С. 130–134.

15. Хаптеева М. В., Гаирбекова Х. Б. Деграация русского языка на примере российских СМИ // Актуальные вопросы современной науки и образования. – Петрозаводск, 2019. – С. 449–456.
16. Хауген Э. Языковой контакт // Новое в лингвистике. – 1972. – Вып. VI. – С. 61–80.
17. Шишолоина А. О. Типология новейших композитов русского языка // Вестник ОГУ. – 2016. – № 4 (192). – С. 49–53.