

УДК 81

ЗАИМСТВОВАНИЯ В ПУБЛИЦИСТИКЕ

Лунтовская Д.Д.¹, гр. УЭСО 2-26, II курс
Научный руководитель: Нечепуренко М.Ю.¹, к. фил. н., доцент
¹Южный федеральный университет
г. Таганрог

Наш язык подобен живому организму, который постоянно развивается под влиянием социокультурных, технологических и экономических процессов. В условиях глобализации и ускоренного информационного обмена появляются новые явления и сферы, которые требуют новых терминов, приходящих из других языков. Первоначально заимствованные слова часто появляются в профессиональных кругах – в науке, технике, бизнесе. Со временем они проникают в массовую культуру: их начинают использовать не только специалисты, но и представители широкой общественности. Процесс заимствования – это не только лингвистическая, но и социально-политическая проблема. Он отражает столкновение традиций и инноваций, национальных особенностей и глобальных тенденций. Таким образом, изучение заимствований помогает глубже понять механизмы культурного взаимодействия и процесса глобализации.

Заимствование – элемент чужого языка (слово, оборот, морфема, фонема), перенесённый из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой¹. Такие элементы особенно активно используются в публицистике: на радио, в телепрограммах, журналах и газетах. Однако возникает вопрос: всегда ли использование заимствований оправдано и возможно ли избежать их употребления в новых текстах?

Для начала обсудим факторы, которые влияют на частоту употребления заимствований в языке:

1. *Международные медиа.* Мы живем в мире, в котором широко распространены различные информационные ресурсы, связанные со многими языками. Это делает использование элементов чужого языка частью привычной коммуникации, особенно в текстах, ориентированных на глобальную аудиторию. Например: интервью, репортаж, апдейт, брэкинг ньюс, эксклюзив

2. *Появление новых технологий и развитие науки, новых сфер деятельности* (нейросети, биотехнологии, развитие экономики, интернет-маркетинг) требуют появления новых терминов. Почему мы тогда в таком случае используем заимствованные слова, а не эквиваленты из родного языка? Зачастую в родном языке для таких терминов отсутствуют хорошие

¹ И. Г. Добродомов. Большая российская энциклопедия. 2004 – 2017: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/1985739>

эквиваленты, поэтому лучше использовать иностранное слово. Например: для IT сферы широко употребляются такие слова, как «баг», «юзать», «апгрейд», «бэкенд», «фронт»; а также стартап, гуглить, журналистика, смм (smm – social media marketing), мессенджеры, медиа, фандом.

3. *Изменение в общественном сознании.* Глобализация создает нам условия постоянного обмена культурными ценностями. Также многие иностранные слова воспринимаются как «модные» среди молодежи. Это помогает отражать актуальное развитие и изменения сознания в публицистике и современной речи. Например: лайфстайл, инфлюенсер, хайп, кринж, краш,

4. *Лаконичность коммуникации.* Заимствованные слова зачастую короче и точнее передают смысл, чем родные аналогии. Это облегчает восприятие информации и экономит пространство текста. Например: слово «фейк» используется вместо «ложная информация»; слово «бренд» вместо «торговая марка»

Средства массовой информации играют незаменимую роль в распространении и нормализации элементов чужого языка среди народа. Медиа является мощным инструментом влияния на массовое сознание, тем самым становится катализатором языковых изменений (особенно в сферах новых технологий или культурных трендах, где изменения происходят невероятно быстро и требуют таких же изменений терминов). Новостные агентства и другие источники активно используют заимствованные слова для описания мировых событий. Программы, интервью и статьи часто обсуждают эти слова, объясняя их значение, что помогает широкой аудитории лучше их понимать. Новостные агентства и другие источники активно используют заимствованные слова для описания мировых событий. Программы, интервью и статьи часто обсуждают эти слова, объясняя их значение, что помогает широкой аудитории лучше их понимать. (Что немаловажно в условиях активного информационного потока и глобализации). Объединение элементов родного языка с элементами чужого языка показывает многообразие современного коммуникационного пространства

Поговорив о причинах заимствований и о распространении через публицистику и СМИ, стоит затронуть более узкую тему – заимствование в газетных заголовках. Они используются для лаконичных, более информативных, интересных для глаз читателей названий, отражающих глобальные тенденции (например, «Fashion-бум на улицах Москвы», «tech-революция», «start-up экосистема»). Но различные жанры имеют и разные требования к языку газет/журналов. Например, IT издания не смогут обойтись без иноязычных терминов, ведь в данной области они незаменимы, модные издания будут использовать иностранные элементы для демонстрации своего престижа, а вот какое-нибудь деловое издание, (например, юридическое) будет предпочитать более строгий язык, более того, могут даже ввести цензуру на заимствования. Также не стоит забывать о целевой аудитории. Молодежь положительно воспринимает заимствования, в то время как люди с более традиционными взглядами и языковыми предпочтениями может

испытывать отвращение и затруднение в понимании. К сожалению, журналисты и редакторы порой забывают о данных критериях и могут использовать элементы иностранной речи в своих статьях неоправданно. Порой иностранное слово лучше заменить родным. В научной статье сибирского федерального университета «Заимствование в заголовках современных печатных СМИ. Языковой и речевой аспекты» Дементьева М.Е. и Богуславская О.В. заимствования делятся на оправданные и неоправданные:

- *Оправданные*: фонд, студия, премия (5), авангард, супрематизм, тираж, бенефис, передозировка, сноубордер, фантастический, коллекция (3), проект, ретро, техно, брускетта, тиран, коллекционер, курорт, спра, блюз, фолк, мистицизм, экранизация, вице-президентская, наркокартель, порнодиалоги, нимфоманки, наркочилеры, поп-концерты, смартфон, высокое (искусство), сезон (о сериале).

- *Неоправданные*: максимальный, реалистический, спринт, хаос, фокусы, абсолютно, агрессивная, торжество, орнамент, флешбеки, экипировки, гид, тотальное, мобильные, лицензия, диагнозы, индустриальные, корпоративы, реконструируют, триллер, ностальгические, гешефт, рисковать, фэшн, стартовали, протест, элемент, супрематизм, креатив, арестовали, наркокартель, блокбастер, хиты (2), премьеры (3), отреставрировали, (срез) вкусов, снимать, снимок, снимает.

Таким образом, использование заимствованных терминов в заголовках и в целом в статьях газет не всегда уместно. Грамотное и осмысленное использование иностранных слов подчеркивает современность и интернациональность изданий, сохраняет баланс между традиционным и инновационным. А это залог успеха в медиапространстве в условиях постоянно меняющегося мира (соответственно, дилетантское использование заимствований делает текст менее интересным и бестолковым)

Что касается уместности использования заимствований в целом? Порой возникают вопросы о сохранении языковой и культурной идентичности и сохранения чистоты языка. Чрезмерное употребление иностранных элементов может затруднить понимание и коммуникацию. Однако наш язык не статичен, он постоянно эволюционирует. И медиа является его адаптивным инструментом. А заимствованные слова не только обогащают наш язык, но и помогают ориентироваться в сложном информационном пространстве, где языковые нормы постоянно пересматриваются. В данном случае не стоит делать однозначные выводы, лучше помнить слова Льва Толстого: «Не нужно открещиваться от иностранных слов, не нужно ими и злоупотреблять»

Список литературы:

1. Гаджанва С.Х. Функциональные особенности заимствований иноязычной лексики в современной публицистике: <https://elibrary.ru/ytisyl> (дата обращения: 01.02.2025)

2. Дементьева М.Е., Богуславская О.В. Заимствование в заголовках современных печатных СМИ. Языковой и речевой аспекты: Сибирский федеральный университет, 5 с. (дата обращения: 10.02.2025)
3. Добродомов И.Г. Большая российская энциклопедия 2004–2017: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/1985739> (дата обращения: 05.02.2025)
4. Нарочная Е.Б., Шевцова Г.В. Иноязычные слова в современной российской публицистике: <https://cyberleninka.ru/article/n/inoyazychnye-slova-v-sovremennoy-rossiyskoy-publitsistike> (дата обращения: 01.03.2025)
5. Сырескина С.В., Егоренко М.А. Англоязычные заимствования в современной публицистике: <https://elibrary.ru/aufyos> (дата обращения: 18.02.2025)
6. Толстикова Л.В. Особенности иноязычных заимствований, обусловленные их употреблением в газетном дискурсе (на примере английского и русского языков): <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-inoyazychnyh-zaimstvovaniy-obuslovlennye-ih-u> (дата обращения: 05.03.2025)
7. Фассалова В.А. Заимствования в публицистике: <https://school-science.ru/5/10/35086> (дата обращения: 05.03.2025)
8. Халевин К.В. Особенности адаптации иноязычных заимствований в русском лексическом просторечии: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-adaptatsii-inoyazychnyh-zaimstvovaniy-v-russk> (дата обращения: 09.03.2025)