



Научно-исследовательский журнал «Современный ученый / Modern Scientist»

<https://su-journal.ru>

2025, № 9 / 2025, Iss. 9 <https://su-journal.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (с указанием конкретного языка или группы языков) (филологические науки)

УДК 81'22:659.1

Особенности употребления заимствованных англицизмов в современной медийной среде

¹ Гутиева М.Т.

¹ Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова

Аннотация: в статье рассматриваются особенности употребления англицизмов в современном медиадискурсе. На основе анализа 200 медийных текстов выявлены частотные тематические группы заимствований, включая IT-термины, бизнес-лексику, политические и сленговые выражения. Определены степени морфологической адаптации заимствований и их функциональные роли в текстах. Особое внимание уделяется коммуникативной нагрузке англицизмов и рискам, связанным с их чрезмерным использованием. Сделан вывод о необходимости выработки языковой политики и словарной регламентации. Работа подчеркивает двойственную роль англицизмов как инструмента модернизации и потенциальной угрозы языковой идентичности.

Ключевые слова: англицизмы, медиа, заимствования, лексика, адаптация, стилистика, дискурс

Для цитирования: Гутиева М.Т. Особенности употребления заимствованных англицизмов в современной медийной среде // Современный ученый. 2025. № 9. С. 135 – 140.

Поступила в редакцию: 21 апреля 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 18 июня 2025 г.; Принята к публикации: 11 августа 2025 г.

Peculiarities of the use of borrowed anglicisms in the modern media environment

¹ Gutieva M.T.

¹ North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov

Abstract: the article examines the peculiarities of anglicism usage in modern media discourse. Based on the analysis of 200 media texts, the study identifies frequent thematic groups of borrowings, including IT terms, business vocabulary, political, and slang expressions. The degrees of morphological adaptation and the functional roles of these borrowings in media texts are defined. Special attention is paid to the communicative load of anglicisms and the risks associated with their excessive use. The conclusion highlights the need for a language policy and lexicographic regulation. The study emphasizes the dual role of anglicisms as both a tool for modernization and a potential threat to linguistic identity.

Keywords: anglicisms, media, borrowings, vocabulary, adaptation, stylistics, discourse

For citation: Gutieva M.T. Peculiarities of the use of borrowed anglicisms in the modern media environment. Modern Scientist. 2025. 9. P. 135 – 140.

The article was submitted: April 21, 2025; Approved after reviewing: June 18, 2025; Accepted for publication: August 11, 2025.

Введение

Современное развитие языковых процессов свидетельствует о растущем влиянии англицизмов на национальные языковые системы. В медийном пространстве особенно интенсивно распространяются иноязычные заимствования, которые отображают эволюцию социальной, экономической и культурной сфер. Усиление межкультурных контактов, динамика международных обменов и становление глобального информационного общества коррелируют с непрерывным ростом объемов иностранной лексики в речи средств массовой информации. Лексические заимствования часто обосновываются потребностями в наименовании новых концептов или явлений, однако нередко их распространению способствует социальный престиж и «мода» на все западное. Этот процесс оказывает влияние не только на лексику, но и на стилистические характеристики текста, формируя особые коммуникативные коды в медиадискурсе.

Англоязычные заимствования часто интегрируются в публицистические заметки, газетные статьи, рекламные тексты и онлайн-площадки, раскрывая многообразие форм взаимодействия языков. Исследование употребления таких заимствований позволяет понять, каким образом современная русскоязычная аудитория усваивает иностранные элементы и как они встраиваются в систему традиционных тематических или жанровых категорий. Вопросы адаптации, ассимиляции и функционального назначения англицизмов становятся особенно актуальными в связи с постоянным обновлением лексики и расширением сетевых СМИ. Специфика медийных текстов предполагает быстроту передачи информации и емкость содержания, что влияет на характер и темпы распространения английской лексики. Данная проблема требует подробного рассмотрения, а комплексное исследование выявляет особенности ассимиляции и коммуникативной функции англицизмов в языке масс-медиа.

Текущие тенденции подтверждают, что негативное или позитивное отношение к англицизмам зависит от культурно-исторического контекста, а также от сферы, в которой эти заимствования появляются. Проникая в язык СМИ, они становятся индикаторами модных трендов, маркером статуса или компетентности, часто подчеркивают глобальные ориентиры массовой культуры. Однако активная экспансия заимствованной лексики может привести к негативным последствиям, среди которых расширение стилистических и грамматических норм за счет иноязычных вариантов и постепенное вытеснение исконных эквивалентов.

Усиление роли интернета и сетевых средств массовой информации оказывает прямое воздействие на темпы появления и интенсивность проникновения англицизмов. Проблема усугубляется отсутствием четко сформулированной языковой политики, которая могла бы регулировать соотношение иноязычных и родных лексических единиц. В контексте данного исследования важно рассмотреть, как новые заимствования, используемые в массе текстов, функционируют в публицистических и рекламных форматах, в новостных статьях и блогах, а также каким образом они девайвируются или, напротив, осваиваются под влиянием речевой практики. Действенность англицизмов в медиаопосредованных коммуникациях опирается на социально-культурную ориентированность говорящих и их готовность воспринимать иностранные элементы как часть собственной языковой картины мира.

Материалы и методы исследований

Цель эксперимента: Основная цель эксперимента заключалась в выявлении степени употребительности англицизмов и в том, чтобы проанализировать темпы их морфологической и семантической адаптации в современных медиа.

Ход эксперимента: Исследование проводилось на основе анализа текстов новостных интернет-порталов, онлайн-журналов и телевизионных новостных лент, а также выборочного наблюдения за блогосферой. В первую очередь учитывались такие параметры, как частота употребления англицизмов, контекст их появления и функциональная нагрузка. Эмпирический материал составляли 200 газетных и интернет-статей, отобранных случайным образом в течение полугода. Для оценки полученных данных применялись методы лингвистического анализа, в том числе элементарная статистическая обработка и сопоставительно-описательный метод, позволяющий сравнивать языковые единицы по ряду критериев. Меркулова И.А., Проценко Е.А. подчеркивают: «Переосмысление роли иноязычной лексики в русскоязычном пространстве требует внимательного подхода к факторам социального, функционального и когнитивного порядка, обеспечивающим долгосрочное существование иностранных терминов и их закрепление в речевой практике» [9, с. 285]. Ход эксперимента включал три последовательных этапа сбора эмпирических текстов, категоризацию выявленных англицизмов по тематическим и структурным параметрам, а также анализ интеграции заимствованных лексем в синтаксические конструкции.

Результаты и обсуждения

Результаты и их обсуждение демонстрируют, что в рамках статей шла активная фиксация групп заимствованных англицизмов, тематически связанных с информационными технологиями, бизнесом, политикой и сленгом. Частое включение таких слов в текст коррелирует с потребностью описывать инновации, глобальные тренды и молодежные явления, которые активно тиражируются средствами массовой коммуникации. Анализ показывает, что более 70% статей содержали хотя бы одну группу иноязычных терминов, реже встречались материалы, ориентированные на узконациональные вопросы, не требующие привлечения зарубежных концептов. Козловских И.С., Репаков Т.С. пишут о том, что характер международного сотрудничества и виртуальных обменов усиливает

статус заимствованных терминов, превращая их в «скомпонованный набор глобально понятных значений, упрощающих диалог между людьми разных культурных пространств» [6, с. 1073]. Важнейшим критерием закрепления новых слов стала их относительная прозрачность для пользователей, которые быстро осваивают термин, если частота его повторений достаточно высока.

Табл. 1, составленная по итогам обработки 200 статей, отражает преобладание четырех основных групп англицизмов: бизнес-лексика, IT- и интернет-термины, политические обозначения и молодежно-сленговые конструкции. Данные представлены с точным указанием количества упоминаний зафиксированных групп, что свидетельствует о достаточно четкой концентрации заимствованных единиц в конкретных сферах.

Таблица 1

Частотность употребления тематических групп англицизмов в медийных текстах.

Table 1

Frequency of use of thematic groups of Anglicisms in media texts.

Группы англицизмов	Частота упоминаний на 200 статей
IT- и интернет-лексика	148
Бизнес-термины	121
Политические конструкции	63
Молодежно-сленговые	84

Анализ этой таблицы показывает, что сферы информационных технологий и бизнеса оказались самыми продуктивными поставщиками новой лексики. IT- и интернет-лексика включает многочисленные обозначения процессов цифровизации, сетевых ресурсов и форматов онлайн-взаимодействия. Бизнес-термины отражают международные экономические модели и коммерческие механизмы, тесно связанные с глобализацией торгового пространства и потребностью именовать явления, не имевшие ранее устойчивых аналогов в национальном языке. Молодежно-сленговые понятия свидетельствуют о том, что культурная коммуникация среди молодых людей часто протекает на стыке традиционных норм и заимствованного стилистического регистра.

Частотность групп терминов указывает на то, что наиболее востребованными оказываются названия явлений, укорененных в повседневном опыте значительной части общества, особенно в интернете и массовых сервисах. Стабильное присутствие политических конструкций, связанных с моделями западных парламентов и выборами, объясняется вовлеченностью российского информационного пространства в мировую политическую дискуссию. Это заметно не только в узкоспециализированных материалах, но и в заметках

общеполитических рубрик, где любое упоминание зарубежных реалий становится поводом для использования англицизмов. Меркулова И.А., Проценко Е.А. считают, что при интенсивном обращении новых слов возникает риск смешения речи: «Некоторые англицизмы, ранее воспринимавшиеся как терминологические, быстро переходят в массовый обиход, сопровождаясь переосмыслением и дополнительными коннотациями, которые не всегда совпадают с исходными значениями» [9, с. 286]. Таким образом, язык СМИ выступает не только передатчиком смысла, но и катализатором его трансформации.

Более развернутый анализ структуры заимствованной лексики включал оценку морфологической и синтаксической адаптации. Важным этапом эксперимента являлось наблюдение за тем, насколько быстро и полно новые слова интегрируются в грамматический строй русского языка. Для этого в собранном массиве статей выделили три уровня морфологической ассимиляции: полностью освоенные формы, частично адаптированные и неосвоенные термины. Проникновение слова в широкую речевую практику, как правило, сопровождается появлением производных или новым употреблением уже известных заимствований. Новожилова Д.И., Гоги́на Л.П. подчеркивают, что «адекватная

адаптация способствует органичному восприятию иностранных единиц, тогда как неформальные лексемы могут создавать барьеры для массовой аудитории, затрудняя коммуникативный процесс» [10, с. 9]. Оказалось, что многие политические заимствования остаются на периферии языка дольше, чем бизнес- или IT-лексика, поскольку менее востребованы в повседневном обиходе. В свою очередь, молодежно-сленговые выражения за ко-

роткий срок могут прижиться в разговорной среде и даже проникнуть в тексты крупных развлекательных изданий.

Табл. 2 отражает точное распределение групп англицизмов в зависимости от степени их морфологической адаптации. Она показывает, сколько терминов из каждой тематической категории относится к полностью освоенным, частично освоенным и пока неосвоенным единицам.

Таблица 2

Степень морфологической адаптации англицизмов по тематическим группам.

Table 2

Degree of morphological adaptation of Anglicisms by thematic groups.

Группы англицизмов	Полностью освоенные	Частично освоенные	Неосвоенные
IT- и интернет-лексика	19	14	8
Бизнес-термины	16	21	7
Политические конструкции	6	13	11
Молодежно-сленговые	11	17	4

Из данных таблицы следует, что наиболее высокий процент полной ассимиляции отмечается среди лексики IT и бизнеса. Это связано с регулярным употреблением подобных терминов в самых разных аспектах повседневной деятельности, от новостных статей до пользовательских инструкций и рекламных роликов. Некоторое количество бизнес-слов сохраняет колебания в написании и склонении, что объясняется конкуренцией разных способов передачи звуков и не до конца устоявшейся орфографической нормой. Политические конструкции чаще всего остаются в пограничном положении, отражая узкую специализированность соответствующего сегмента и менее массовый характер их употребления. В свою очередь, молодежно-сленговые элементы, хотя и быстро входят в устную речь, могут еще не получить закрепления в письменной норме.

Сопоставление количественных показателей с данными предыдущих исследований свидетельствует о тенденции к стабилизации ряда заимствованных форм. Одновременно можно видеть, как часть молодежных или интернет-сленговых выражений не выходит за пределы локальных сообществ, оставаясь малоизвестной более консервативной аудитории. Другая доля англицизмов неизбежно становится частью общелитературного языка, особенно если они описывают новые профессиональные или технологические явления. Кукнерик А.А. считает, что решающим фактором в закреплении таких слов выступает «преимущественная ориентация на кросс-культурную коммуникацию и реальные социальные практики, формирующие новый облик русскоязычной медиасре-

ды с расширенным запасом межъязыковых значений» [7, с. 4].

Расширенное рассмотрение функционально-прагматических аспектов подтверждает, что англицизмы используются не только для именования, но и для придания текстам дополнительных стилистических оттенков. В бизнес-журналистике эти заимствования подчеркивают глобальную перспективу и престижность, делая речь более авторитетной в глазах читателя. В IT-сферах они зачастую выполняют роль технических терминов, облегчающих описание научно-технологических процессов. В политическом дискурсе иностранные конструкции могут выступать маркерами взаимодействия с международными институтами, транслируя идею причастности к глобальным событиям. Молодежно-сленговая лексика, подчеркнутая в заголовках и подачах, придает материалам неформальный, «продвинутый» характер, ориентируя их на специфическую группу потребителей контента.

Большое число авторов указывает на потенциальные риски чрезмерного использования заимствованной лексики. Ограничения связаны с потерей индивидуальных стилевых особенностей русского языка, размыванием его системных норм и стилистическими перегрузками, которые вынуждают неподготовленную аудиторию испытывать дискомфорт при чтении. При отсутствии ясных и системных рекомендаций по регулированию потока иноязычных элементов возникает опасность хаотического использования англицизмов, часто не имеющих четкой и понятной для всех носителей смысловой базы. Наблюдается формирование своеобразных элитарных «кодов», которые позво-

ляют одной части общества дистанцироваться от другой с помощью непрозрачных терминов и иностранных компонентов.

Обобщая итоги наблюдений и количественных измерений, можно выделить две взаимосвязанные тенденции. Первая состоит в том, что наиболее массовое распространение наблюдается у терминов, описывающих передовые отрасли экономики, информационных технологий и глобальной политики. Такая лексика быстро осваивается благодаря интенсивной поддержке СМИ, а также растущей привлекательности международной повестки в глазах аудитории. Вторая тенденция связана с изменением стилистической парадигмы, поскольку иноязычные элементы все глубже проникают в молодежное пространство, формируя новые речевые коды, в которых иностранные вкрапления становятся неотъемлемым знаком групповой идентичности. Лашкова Г.В., Матяшевская А.И. выделяют еще одно направление: «Усиление контактов с западными корпоративными медиа-брендами и общественными платформами приводит к ускоренному возникновению гибридных форм, когда англицизмы модифицируются под местные языковые правила, сохраняя часть иноязычного статуса» [8, с. 153].

Выводы

Выводы указывают на то, что в современных российских СМИ сформировалась устойчивая практика применения англицизмов разных тематических направлений, причем эти слова демонстрируют неодинаковую скорость адаптации. Язык прессы и интернет-изданий показывает высокую восприимчивость к инновациям, особенно в бизнесе и сфере высоких технологий, тогда как политические и молодежные конструкторы частично сохраняют черты «чужеродности». При наличии спроса и доступности информации заимствования продолжают активно воспроизводиться, проникают в широкую речь и оказывают влияние

на повседневное коммуникационное пространство. Решение возникающих проблем заключается в комплексной языковой политике, где важнейшую роль играет систематическое просвещение авторов СМИ, разработка словарей, регламентирующих употребление англицизмов, а также поддержка научно обоснованного подхода к ассимиляции терминов. Готовность медийной среды к поиску компромисса между традицией и инновацией способствует естественной селекции заимствованных форм: только наиболее уместные и функциональные англицизмы продолжают использоваться массово, превращаясь в привычную составляющую национального языка.

Актуальные результаты эксперимента демонстрируют большую пластичность современного медиадискурса и готовность русскоязычной аудитории к восприятию большого количества англицизмов. Проблемы, возникающие при употреблении этих заимствований, связаны с отсутствием единого языкового контроля и возможной девальвацией некоторых семантических оттенков. Однако перспективы их решения состоят в гармонизации национальной языковой политики, ориентированной на сохранение базовых норм и ценностей, а также в разработке специализированных словарей и методических рекомендаций. Дальнейшее развитие данной области исследования может включать мониторинг эффективности подобных мер и отслеживание изменений в структуре речевого взаимодействия. Несмотря на опасения о чрезмерной экспансии, практика показывает, что языковая система способна к самоорганизации: избыточные элементы вскоре либо отсекаются, либо трансформируются и обогащают язык новыми смыслами. Это говорит о высокой устойчивости лингвокультуры, которая, с одной стороны, принимает востребованные инновации, а с другой – защищает свою самобытность.

Список источников

1. Бейсенова М.К., Кенжетоева Г.К., Аитова Ж.Ж. Морфологические характеристики англицизмов в казахстанском медиадискурсе (на примере социальных сетей) // Вестник Кокшетауского университета им. Ш. Уалиханова. Серия филологическая. 2024. № 3. С. 64 – 78.
2. Гаран Е.П. Функции англоязычных заимствований в современных интернет-СМИ // Балтийский гуманитарный журнал. 2023. Т. 12. № 1 (42). С. 46 – 55.
3. Гуляева Е.В., Денисенко М.В., Никитина И.С. Употребление заимствований в современных СМИ: коммуникативные риски // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2021. Т. 20. № 1. С. 146 – 157.
4. Дегальцева А.В., Сиротинина О. Б. Проблемы употребления заимствованной лексики в современных СМИ // Филология и человек. 2022. № 4. С. 7 – 25.
5. Иванова В.И., Буряковская А.А. Рунглиш современных спортивных медиатекстов // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2022. № 4 (47). С. 7 – 25.

6. Козловских И.С., Репаков Т.С. Современные тенденции в языке СМИ и массмедиа // Вестник науки. 2025. Т. 4. № 5 (86). С. 1070 – 1077.
7. Кукнерик А.А. Англицизмы в восприятии аудитории медиа // Международный научный журнал «Слово в науке». 2023. С. 39 – 42.
8. Лашкова Г.В., Матяшевская А.И. Англицизмы в современном русском языке: к проблеме лингвотолерантности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2022. Т. 22, вып. 2. С. 151 – 157.
9. Меркулова И.А., Проценко Е.А. Функционирование перекодированной лексики в русском медиапространстве // Русистика. 2022. Т. 20. № 3. С. 284 – 297.
10. Новожилова Д.И., Гогина Л.П. Коммуникативная роль англицизмов в лексике современного медиа-текста // Коммуникология: электронный научный журнал. 2021. Т. 6. № 4. С. 8 – 17.
11. Туленкова П.П., Мухамедьянова Г.Н. Англицизмы в русском языке // Молодой ученый. 2022. № 16 (411). С. 503 – 506.
12. Шевцова А.В., Голева Н.М. Актуальные проблемы функционирования иноязычной лексики в современных отечественных СМИ // Молодой ученый. 2022. № 2 (397). С. 384 – 386.

References

1. Beisenova M.K., Kenzhetaeva G.K., Aitova Zh.Zh. Morphological characteristics of Anglicisms in the Kazakhstani media discourse (on the example of social networks). Bulletin of the Kokshetau University named after Sh. Ualikhanov. Philological series. 2024. No. 3. P. 64 – 78.
2. Garan E.P. Functions of English-language borrowings in modern online media. Baltic Humanitarian Journal. 2023. Vol. 12. No. 1 (42). P. 46 – 55.
3. Gulyaeva E.V., Denisenko M.V., Nikitina I.S. Use of borrowings in modern media: communicative risks. Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: Linguistics. 2021. T. 20. No. 1. P. 146 – 157.
4. Degaltseva A.V., Sirotinina O.B. Problems of using borrowed vocabulary in modern media. Philology and man. 2022. No. 4. P. 7 – 25.
5. Ivanova V.I., Buryakovskaya A.A. RunGLISH of modern sports media texts. Theory of language and intercultural communication. 2022. No. 4 (47). P. 7 – 25.
6. Kozlovskikh I.S., Repakov T.S. Modern trends in the language of media and mass media. Bulletin of Science. 2025. T. 4. No. 5 (86). P. 1070 – 1077.
7. Kuknerik A.A. Anglicisms in the perception of the media audience. International scientific journal "Word in Science". 2023. P. 39 – 42.
8. Lashkova G.V., Matyashevskaya A.I. Anglicisms in the modern Russian language: on the problem of linguotolerance. Bulletin of the Saratov University. New series. Series: Philology. Journalism. 2022. Vol. 22, issue 2. P. 151 – 157.
9. Merkulova I.A., Protsenko E.A. Functioning of recoded vocabulary in the Russian media space. Russian studies. 2022. Vol. 20. No. 3. P. 284 – 297.
10. Novozhilova D.I., Gogina L.P. The communicative role of Anglicisms in the vocabulary of a modern media text. Communicology: electronic scientific journal. 2021. Vol. 6. No. 4. P. 8 – 17.
11. Tulenkova P.P., Mukhamedyanova G.N. Anglicisms in the Russian language. Young scientist. 2022. No. 16 (411). P. 503 – 506.
12. Shevtsova A.V., Goleva N.M. Actual problems of the functioning of foreign-language vocabulary in modern domestic media. Young scientist. 2022. No. 2 (397). P. 384 – 386.

Информация об авторе

Гутиева М.Т., кандидат филологических наук, доцент, Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова, mgutieva@mail.ru

© Гутиева М.Т., 2025