

Научная статья  
УДК 811.161.1  
DOI: 10.20323/2499-9679-2025-4-43-97  
EDN: RINAUK

### Функции заимствованных слов в современной российской интернет-прессе

**Евгения Петровна Гаран**

Кандидат филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков, Азово-Черноморский инженерный институт (филиал Донского государственного аграрного университета). 347740, г. Зерноград, ул. Ленина, д. 21  
garan24@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0409-621X>

**Аннотация.** В статье выявлены основные функции, которые выполняют в заголовках рубрики «Мнения» интернет-газеты «Известия» заимствованные слова, прежде всего англицизмы. Отмечаются такие функции, как информационная (заимствованное слово используется для сообщения важной информации), номинативная (с его помощью называют явление, в том числе новое), образная (заимствование используется для конструирования средства выразительности: метафоры, каламбура, антитезы и др.), прагматическая (слово используется для убеждения адресата), экспрессивная (заимствование передаёт экспрессию, воздействует на чувства читателя), апеллятивная (привлекает внимание, формирует определённый настрой, побуждает к чему-либо), оценочная (служит для оценки события, явления, о котором говорится в публикации) и др. На основе англицизмов нередко конструируются неологизмы (окказионализмы), выполняющие прагматическую и апеллятивную функции, призванные оказать интеллектуальное, эмоциональное или волевое воздействие на адресата речи, вызвать его реакцию. Чаще всего различные функции при употреблении заимствованного слова сочетаются. Делается вывод о важности заимствованного и, в частности, английского по происхождению слова в заголовках современных медиа для реализации целей авторов публикаций, донесения до читателей информации, привлечения адресатов к тексту статей, убеждения в чём-либо. Заявляется, что англицизмы играют сегодня в языке значимую культурную роль как элементы, необходимые для стабильного культурного развития русского языка; их нельзя рассматривать как инструменты экспансии, поскольку заимствованное слово – один из значимых элементов стабильного языкового развития.

**Ключевые слова:** русский язык; английский язык; заимствованная лексика; неологизм; англицизм; интернет-СМИ; заголовок; функции

**Для цитирования:** Гаран Е. П. Функции заимствованных слов в современной российской интернет-прессе // Верхневолжский филологический вестник. 2025. № 4 (43). С. 97–104. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2025-4-43-97>. <https://elibrary.ru/RINAUK>

Original article

### Functions of borrowed words in the modern russian internet press

**Evgenia P. Garan**

Candidate of philological sciences, associate professor at the department of humanities and foreign languages, Azov-Black Sea engineering institute (branch of the Don state agrarian university). 347740, Zernograd, Lenin str., 21.  
garan24@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0409-621X>

**Abstract.** The article examines the main functions that borrowed words, primarily anglicisms, perform in the headings of the «Opinions» section in the online newspaper Izvestia. The author highlights the following functions of borrowed words: informational (to convey important information), nominative (to name a phenomenon, including a new one), figurative (to construct an expressive means: metaphor, pun, antithesis, etc.), pragmatic (to convince the addressee), expressive (to convey expression and affect the reader's feelings), appellative (to attract attention, create a certain mood, encourage to do something), evaluative (to evaluate an event or phenomenon discussed in a publication), etc. Neologisms (occasional words) are often constructed on the basis of anglicisms, performing pragmatic and appellative functions, designed to exert an intellectual, emotional or volitional impact on the addressee to elicit their reaction. Most often, various functions are combined when using a borrowed word. The article concludes that borrowed words, particularly those of the English origin, are important in modern media headlines in order to achieve the authors' goals of communicating information to readers, to engage them with the text, and to convince them of something. The author argues that anglicisms

play a significant cultural role in the language today as elements essential to the stable cultural development of the russian language; they cannot be viewed as tools of expansion, since a borrowed word is a key element of stable linguistic development.

**Key words:** the russian language; the english language; borrowed words; neologism; anglicism; online media; headline; functions

**For citation:** Garan E. P. Functions of borrowed words in the modern russian internet press. *Verhnevolzhski philological bulletin*. 2025;(4):97–104. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2025-4-43-97>. <https://elibrary.ru/RINAUK>

## Введение

Лексический состав языка является наиболее подвижным его слоем, живо реагирующим на происходящие в общественной жизни процессы. Наиболее заметные инновации в лексике традиционно связаны с заимствованиями. В последнее время вопрос о необходимости заимствованных слов в лексике русского языка приобрёл особенную актуальность и начал обсуждаться как никогда активно. Хотя в околонучной среде время от времени высказываются мысли о ненужности и вредности заимствованной лексики в современном русском языке [Муравлева, 2020; Шаховалова, 2023], большинство учёных доказывает, что процесс заимствования является неотъемлемой и обязательной частью языкового развития [Крылова, 2023; Сатыбалдина, 2022; Ставицкая, 2023]. Исследователи, владеющие теорией языкознания и знакомые с историей языка, утверждают, что «заимствованные слова – естественный компонент языка и нет необходимости тревожиться о русском языке, который по-прежнему велик, гибок, динамичен, который способен самостоятельно разобраться в том, нужно ли ему каждое конкретное иноязычное слово» [Крылова, 2023, с. 12], отмечают «важность заимствованных слов для обогащения словарного запаса и культурного разнообразия языка» [Kaigorodova, 2024, с. 338]. Социологи доказывают, что использование членами современного российского общества заимствованной лексики (как и сленга) только на первый взгляд может показаться негативным явлением [Человек в социокультурном ..., 2022, с. 122]. Лингвисты говорят о высокой степени русификации заимствованных слов в современном русском тексте, о том, что они получают в русском языке новую жизнь, развивают новые значения и функции [Петрова, Самойлова, 2024, с. 79], отвечая высоким запросам богатого и разнообразного принимающего языка. Особым предметом исследования является в современной науке отношение общества к заимствованной лексике. Так, Е. А. Зайцева и др. утверждают, что нетерпимое отношение к англицизмам коррелирует с возрастом носителей языка: чем старше человек, тем

более ему не нравятся заимствованные лексические единицы [Зайцева, Новикова, Гинзбург, 2024, с. 24]. А. В. Дегальцева и О. Б. Сиротинина напоминают, что «болезненное и нервное» восприятие иноязычного слова как враждебного для русской культуры достаточно традиционно [Дегальцева, Сиротинина, 2022, с. 8], поэтому может восприниматься как компонент культурного пространства.

Одна из сфер, в которой регулярно используются заимствованные слова, – заголовки средств массовой информации, заимствования в составе которых нельзя назвать достаточно изученными в лингвистике. Особенно активно в русский и другие языки в XX–XXI вв. входили и продолжают входить заимствования из английского языка, которые становятся предметом рассмотрения различных учёных [Абдеева, 2015; Гаран, 2023; Масленникова, 2023; Рождественская, Джулай, 2018; Bogunović, Ćoso, Guasch, Vilus, Ferré, Hinojosa, 2024; Erardi, Gardner, Comptoi, 2022; Toxanbayeva, Kenzhekanova, Yerzhanova, 2025; Wolfer, Klosa-Kückelhaus, 2023; Zibin, 2019], но их функции в заголовках интернет-СМИ проанализированы не полностью.

Целью данного исследования стало выявление функций слов, заимствованных из английского языка, в заголовках авторских статей современного интернет-издания. Именно функциональный подход, по нашему мнению, позволяет максимально точно оценить необходимость и значимость заимствованной лексики, прежде всего англицизмов, в современном русском языке. Функции слова показывают, с какой целью оно было выбрано носителем языка, почему стало востребованным, а значит, помогают понять, какова роль заимствованного слова в русском языке на данном этапе его развития.

## Методы и материалы исследования

В ходе исследования использовались анализ, синтез, описательный, структурно-семантический, интерпретативный методы. Материалом для лингвистического и функционального анализа стали заголовки статей, которые входят в рубрику

«Мнения» интернет-газеты «Известия» [Известия, 2025] (2024–2025 гг.). Данная рубрика содержит не новостные сообщения, а авторские статьи, посвящённые оперативному комментированию происходящих в стране и мире событий. Заголовки статей рубрики «Мнения» обладают высокой оригинальностью, в них используются разнообразные средства выразительности [Крылова, 2021]. Для определения значения англицизмов применялся наиболее полный современный интернет-словарь [Викисловарь, 2025].

### Результаты исследования

Заголовок является одним из ключевых элементов любого медиаконтента, выступая своеобразным навигатором и инструментом привлечения внимания аудитории. В современных условиях он играет решающую роль в успехе публикации. Заголовок сообщает читателю о содержании материала, побуждает его обратить внимание на публикацию, помогает ориентироваться в потоке информации, воздействует на восприятие информации читателем. Правильно составленный заголовок формирует первое впечатление о материале, создает ожидания от прочтения, определяет целевую аудиторию, устанавливает тон повествования, направляет восприятие информации. Эффективный заголовок должен легко читаться и запоминаться, соответствовать содержанию материала, быть понятным и информативным, вызывать интерес у целевой аудитории. В современных условиях заголовок стал важным инструментом медиаконтента. От его качества зависит успешность публикации, вовлеченность аудитории, распространение материала, коммерческий успех издания, доверие читателей. Он является фундаментальным элементом современных СМИ, определяющим успех публикации и влияющим на восприятие информации аудиторией.

Вышесказанное объясняет, почему в заголовках СМИ нередко применяются образные и выразительные средства языка, почему журналисты тщательно подходят к отбору для них языковых средств. Мы рассмотрели заголовки статей рубрики «Мнения» интернет-газеты «Известия» и выявили, что англицизмы разных периодов заимствования и сфер употребления выполняют в них различные функции.

Чаще всего можно отметить **информационную** (информативную) функцию. Заимствованное слово помогает журналистам передать сведения, сообщить о чём-то читателю. В данном случае заимствованное происхождение лексем не имеет

значения, они используются как важные в смысловом плане слова, необходимые для трансляции сведений, точного сообщения о чём-нибудь, а также для наименования, поэтому информативная функция обычно сочетается с номинативной.

Например: «**Дефляция и риски**» (12.03.2024). Статья сообщает об актуальной экономической ситуации, для чего используется англицизм, образованный от лексемы *deflation* (существующей в русском языке с 1891 г.). Семантика слова: 'сокращение количества находящихся в обороте денежных знаков и банкнот'. Схожие примеры: «**Джентльменский игрок**» (09.01.2024), «**Эффект бумеранга**» (04.03.2024), «**Санкционная инерция**» (23.09.2025) и др.

Информационная функция является первичной для СМИ, основанных как ресурс для сообщения читателям различных сведений, поэтому включение заимствований в круг языковых единиц, помогающих статье (заголовку) выполнять информационную функцию, вполне обосновано.

При выполнении заимствованиями чисто **номинативной** функции английская лексика просто призвана называть то или иное описываемое автором явление. К примеру, в заголовке «**Спарринг от партнеров**» (14.02.2024) использован спортивный термин английского происхождения *sparring*, произошедший от лексемы *sparring* – 'схватка на огороженной площадке, ринге' для описания товарищеских матчей сборной России по футболу с командами Сербии и Парагвая. Хотя при выполнении информативной и номинативной функций англицизмы в языке СМИ наименее выразительны, назвать их тусклыми и безликими нельзя. Как и всякие термины, они делают рассуждения журналистов более авторитетными, значимыми, убедительными. Схожие примеры: «**Карта биткоина**» (24.01.2024), «**Бизнес на вырост**» (06.03.2024), «**Курс – на цифровизацию**» (25.09.2025) и др.

Информативная и номинативная функции тесно сочетаются, поскольку для журналистов важно передать читателям информацию о явлениях, имеющих в современном русском языке англоязычные по происхождению наименования. Эти наименования являются актуальными, и сообщение не может обойтись без них для достижения своего правильного коммуникативного посыла.

Особым сегментом заголовков можно считать такие, где англицизмы являются неологизмами, сообщая читателям (по крайней мере, их части) не только о каком-то событии, но и о новом явлении, появившемся в общественной жизни и требую-

щем обсуждения и оценки. Например: «Идеалы „трансгуманизма“» (19.09.2025). Лексема *трансгуманизм* обозначает ‘возможность и желательность фундаментальных изменений человека с помощью передовых технологий с целью ликвидировать страдания, старение и смерть, а также значительно усилить его физические, умственные и психологические возможности’. Журналист в публикации призывает читателя обсудить данное явление, опираясь на новый роман Виктора Пелевина «A sinistra».

Неологизмы в номинативной функции могут быть специальными, редко употребляемыми. В этом случае важно понимать, почему журналист решает познакомить с ними широкую публику. Например, в заголовке «О *дроп*ах и *дроповодах*» (06.12.2024) использована лексема *дроп* (*дропер*) с семантикой ‘соучастник различного рода мошенничества с использованием банковских счетов, подставное лицо, на счёт которого зачисляются похищенные средства’. Обращение к данному термину связано с участвовавшими в этот период (осень 2024 г.) мошенничествами, жертвами которых стало значительное число россиян.

При обращении к редко используемому, специальному заимствованию журналист в первом же предложении публикации должен пояснить смысл термина. Именно так поступает, к примеру, автор статьи «Любители *халвинга*» (22.04.2024), начинающейся так: «В сети биткойна произошло важное и ожидаемое событие – *халвинг*. Это двукратное сокращение награды майнеров за „добытый“ блок». Заимствования нередко относятся к экономической сфере, где передают перестройство современной лексики «с целью отражения, воспроизведения и закрепления новых понятий в сфере экономики» [Зверева, Касьянова, 2022, с. 148], а также призваны «создавать впечатление профессионализма и уважения к международным экономическим тенденциям» [Авансова, 2024, с. 213]. Примеры, помимо приведённых выше: «*Офис* и *работа*» (06.05.2024), «*Уйти от кэша*» (18.09.2024), «*Топ-востребованность*» (30.11.2024) и др.

**Образная** функция выполняется заимствованным словом в том случае, если оно формирует средство выразительности. Часто с помощью англицизмов строятся метафоры, создаётся образ, призванный точнее передать описываемое автором явление или событие. Например: «*Фол* последней надежды» (18.03.2024). Здесь слово *фол* образовано от *foul* – ‘грязный, подлый, нечестный’ и соотносится с выражением *foul play* –

‘грязная игра’. Этот спортивный термин участвует в создании спортивной метафоры и помогает автору создать у читателя впечатление нечистой игры западных политиков. Спортивные метафоры с использованием англицизмов нередко становятся средствами образного представления действительности в анализируемом языковом материале.

Помимо метафор, заимствованные слова используются для создания каламбуров. Например, в заголовке «*Имя им легионеры*» (06.08.2025) происходит обыгрывание крылатого выражения «*Имя им – легион*», а в заголовке «*Саммит по себе*» (10.08.2025) – выражения «*Сам по себе*», то есть создаются каламбуры на основе прецедентных феноменов. Аналогичные примеры: «*Месяц – майнинг*» (21.11.2024) ← «*месяц май*», где *майнинг* – ‘процесс получения криптовалюты путем проведения сложных вычислений при помощи компьютера’; «*Низкий рестарт*» (07.04.2025) ← «*низкий старт*», где *рестарт* – ‘повторный запуск, перезапуск возобновление чего-либо’; «*Бренд какой-то*» (18.07.2024) ← «*Бред какой-то*» и т. п. Данный приём в заголовках рубрики «Мнения» отмечает М. Н. Крылова: «Важнейшим инструментом, с помощью которого создаётся выразительность, является каламбур, обыгрывание слов и фразеологических сочетаний» [Крылова, 2021, с. 110]. Также на основе заимствований становятся более яркими антитезы: «*Камбэки и провалы*» (15.04.2025) (*камбэк* – ‘возвращение’). Отметим, что создание подобных каламбуров очень ответственно: журналист должен быть уверен, что читатели, во-первых, знают значение использованных им заимствованных слов, во-вторых, находятся в одном культурном поле с ним, понимают использованные им аллюзии.

В заголовке «*Время спойлеров*» (15.03.2024) использовано слово, образованное от лексемы *spoiler* в значении ‘преждевременно раскрытая важная информация о сюжете литературного, кинематографического произведения’. Автор статьи пытается предугадать исход предстоящих выборов президента России и подать своё мнение как спойлеры – не предполагаемую, а точную информацию. В данном случае англицизм выполняет не только образную, но и **прагматическую** функцию – нацелен на убеждение адресата, формирование его мнения о важном событии.

Различные функции заимствований часто сочетаются. Когда в заголовках встречается намеренное использование автором неологизма – малознакомого широкой аудитории английского слова, то англицизм призван удивить, произвести

на читателя впечатление, побудить его к чтению данной статьи и можно говорить о сочетании таких функций англицизма, как прагматическая и экспрессивная (воздействие на чувства читателя). Например: «*Перейти в фиджитал*» (04.03.2024). Здесь слово *фиджитал* образовано от английского *phygital*, созданного с помощью совмещения двух английских слов: *physical* – ‘физический (материальный, реальный, осязаемый)’ и *digital* ‘цифровой (виртуальный)’. То есть значение слова – ‘физический + цифровой’. Отметим, что подобных «свежих» неологизмов в языке СМИ, особенно в заголовках, встречается немного. Основные сферы их применения – устная речь и интернет-коммуникация. Для журналиста важно, чтобы читатель понимал все используемые им слова, а в знании адресатом недавно проникших в язык неологизмов он не может быть уверен.

Нередко журналисты сами формируют неологизмы (окказионализмы) на основе англицизмов. К примеру, статья от 30.01.2024 г. называется «*Блогосхема*». В заголовке использовано слово, очевидно, сконструированное автором статьи на основании лексем *блог* (от англ. *blog*) и *схема* (также заимствование, но более раннее, из латинского языка) с помощью способа словосложения. Журналист посредством ёмкого по смыслу неологизма передаёт мысль о новых схемах ухода от налогообложения, создаваемых авторами блогов. Схожий пример – окказиональное существительное в заголовке «*Обильный гаджетопад*» (03.01.2024). Оно сконструировано с помощью способа сложения с одновременной нулевой суффиксацией на основе лексем *гаджет* (от английского *gadget* – ‘устройство, приспособление’) и *падать* по модели русских существительных: *снегопад*, *ценопад* и др. Автор хочет привлечь внимание к проблеме появления компьютерных новинок 2024 г. и намекает в заголовке, что в данной сфере возможны неожиданности, стимулируя этим читательский интерес.

Окказионализмы-англицизмы, на наш взгляд, направлены на выполнение **прагматической** и **апеллятивной** функций: нацелены на то, чтобы оказать воздействие на эмоциональное состояние читателя, привлечь его внимание, сформировать у него определённый настрой. Экспрессивность и эмотивность действуют в данном случае как инструменты влияния, направлены на обращение к читателю и формирование у него определённого отношения к сообщаемому. Такие заголовки должны интриговать и вызывать любопытство, обладать объёмным смыслом. Они призваны при-

влекать внимание аудитории, формировать определённое отношение к сообщаемому и побуждать к действию.

Экспрессией обладает заимствованное слово и тогда, когда выполняет в заголовке СМИ **оценочную** функцию, то есть служат выражению авторской позиции, передаче субъективного отношения журналиста к сообщаемому, формированию определённого мнения читателя. Оценочная функция заголовка позволяет читателю уже на начальном этапе восприятия статьи понять авторскую позицию, эмоциональный настрой материала, сформировать предварительное мнение о содержании публикации, определить тон повествования. Оценка, выражаемая в заголовках с помощью заимствованной лексики, чаще всего является положительной: «*Драйвер перемен*» (20.12.2024), «*Саммит во имя будущего*» (10.08.2025). Оценка касается того, о чём сообщается в публикации, то есть какого-то произошедшего события, наблюдаемого явления. В деловой прессе оценка отходит на второй план, уступая место информативности, а в общественно-политических изданиях, к которым относится и газета «Известия», оценка сочетается с информативностью, не только информирует о содержании материала, но и формирует определённое отношение к нему, что делает её незаменимым элементом современной журналистики. Иноязычное слово в таких заголовках является важным инструментом воздействия на читателя.

Можно выделить ещё одну функцию заимствованной лексики – имиджевую, в соответствии с которой она способствует созданию человеком собственного имиджа, обозначению им принадлежности к определённой социальной группе, желанию быть «модным» [Шафигулина, Юсупова, 2023, с. 187]. В СМИ англицизмы в имиджевой функции могли бы способствовать формированию облика издания, созданию узнаваемого стиля какого-либо журналиста, однако в проанализированном нами материале заимствований в такой функции не обнаружено.

По нашим наблюдениям, авторы публикаций рубрики «Мнения» газеты «Известия» обращаются в заголовках к заимствованным словам (новым заимствованиям) достаточно редко, примерно в 5 % случаев, тогда, когда это действительно необходимо. Это подтверждает мысль лингвистов: «Механизмы сохранения языковой самоидентичности успешно противостоят негативным воздействиям и преимущественно извлекают из новой лексики все функционально ценное и актуальное»

[Громова, 2023, с. 20]. Разнообразие наблюдаемых при этом функций иноязычных слов говорит о разных целях авторов публикаций и о вполне умелом оперировании ими заимствованиями как инструментами достижения этих целей.

### Заключение

Заголовок является важной частью публикации интернет-СМИ. Он выполняет одновременно информативную, экспрессивную и рекламную функции, анонсируя содержание публикации, передавая отношение автора к теме или проблеме и призывая читателей перейти по гиперссылке и ознакомиться с полным текстом статьи.

В заголовках авторских статей современной российской интернет-прессы англицизмы выполняют информационную, номинативную, образную, прагматическую, экспрессивную, апеллятивную, оценочную и другие функции, чаще всего выступая как средства привлечения внимания читателей к статье, выделения статьи из общего массива публикаций. Англоязычные заимствования являются одним из выразительных средств, функционирующих в русском языке, составляющих его богатство, помогающих говорящим в реализации их целей. Культура от наличия англоязычных заимствований не страдает, поскольку она может существовать только на пересечении традиции и инновации, а заимствованная лексика как раз и выступает одним из инновационных средств, обеспечивающих сохранение и развитие русской культуры. Более того, если заимствованное слово свободно употребляется журналистом, уверенным, что читатель поймёт его, оно, очевидно, уже стало компонентом русской культуры, а значит, необходимо ей, необходимо русскому языку.

Заимствованные слова, на наш взгляд, не должны трактоваться как инструменты экспансии, языковой или политической. Их включение в ткань языка обусловлено в первую очередь процессами непрерывного и поступательного языкового развития. Язык является самоорганизующейся системой, которая живо реагирует на общественные процессы, отражает в своём лексическом составе инновации жизни людей, общественные процессы и способна самостоятельно справиться с потоком заимствований, отобрав среди них только те, которые действительно необходимы.

Перспективы настоящего исследования состоят в анализе применения англоязычных заимствований разных периодов в других сферах исполь-

зования русского языка: интернет-коммуникации, рекламе, устной речи и т. п. Необходимо разобратся в том, какие средства языка служат его поступательному, продуктивному развитию и какое место в этой системе лингвистических инструментов занимают английские заимствования.

### Библиографический список

1. Абдреева М. П. Заимствованная английская лексика в структуре газетного текста // Новая наука : Теоретический и практический взгляд. 2015. № 6-2. С. 155–157.
2. Аванесова Э. Э. Заимствованная экономическая лексика в медиадискурсе 21 века // Казанская наука. 2024. № 7. С. 213–215.
3. Викисловарь. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/Викисловарь> (дата обращения: 20.09.2025).
4. Гаран Е. П. Функции англоязычных заимствований в современных интернет-СМИ // Балтийский гуманитарный журнал. 2023. Т. 12, № 1 (42). С. 81–84.
5. Громова Н. В. Заимствованная лексика : тенденции и перспективы // Евразийский филологический вестник. 2023. № 1 (1). С. 20–32.
6. Дегальцева А. В. Проблемы употребления заимствованной лексики в современных СМИ / А. В. Дегальцева, О. Б. Сиротина // Филология и человек. 2022. № 4. С. 7–25.
7. Зайцева Е. А. Молодежный сленг : восприятие глагольных заимствований носителями языка / Е. А. Зайцева, И. В. Новикова, О. В. Гинзбург // Вопросы психолингвистики. 2024. № 3 (61). С. 24–36.
8. Зверева С. Б. Тематическая представленность заимствованной лексики в современном российском медиaprостранстве / С. Б. Зверева, Л. Ю. Касьянова // Гуманитарные исследования. 2022. № 2 (82). С. 147–151.
9. Известия. URL: <https://iz.ru/blog> (дата обращения: 20.09.2025).
10. Крылова М. Н. Нужна ли в языке заимствованная лексика? // Век информации (сетевое издание). 2023. Т. 7, № 1 (22). С. 12–19.
11. Крылова М. Н. Средства языковой выразительности в заголовках рубрики «Мнения» интернет-газеты «Известия» // Век информации (сетевое издание). 2021. Т. 5, № 3 (16). С. 110–120.
12. Масленникова А. А. Англицизмы как тенденция развития современного русского языка // Трибуна ученого. 2023. № 6. С. 156–161.
13. Муравлева В. Р. Лингвоцид как стратегия современных информационных войн // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2020. № 4. С. 197–202.
14. Петрова Н. Е. «Инговые» существительные как разновидность процессуальной лексики : к проблеме освоения новейших заимствований русского языка / Н. Е. Петрова, Г. С. Самойлова // Научный диалог. 2024. Т. 13, № 10. С. 65–83.

15. Рождественская С. В. Англицизмы в современном российском обществе : статус и функции / С. В. Рождественская, И. Ю. Джулай // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 8-1 (86). С. 165–170.
16. Сатыбалдина Б. Д. Заимствования XXI века в сфере моды // Ratio et Natura. 2022. № 1 (5).
17. Ставицкая С. С. Активность слов с заимствованным префиксом *re-* в медиaprостранстве маркетинга и сети интернет // Linguistica Juvenis. 2023. № 25. С. 168–174.
18. Человек в социокультурном измерении : монография / И. В. Глушко, Т. М. Зуева, М. Н. Крылова, И. М. Лаврухина, А. В. Яровой. Зерноград : АЧИИ, 2022. 222 с.
19. Шафигулина Н. Англицизмы : мода, престиж или необходимость? / Н. Шафигулина, М. Юсупова // Вестник Иссык-Кульского университета. 2023. № 54-2. С. 182–189.
20. Шаховалова Е. Г. Ценностный потенциал русского литературного языка в патриотическом воспитании современной молодежи // Культура в евразийском пространстве : традиции и новации. 2023. № 1 (7). С. 35–39.
21. Bogunović I. How do we feel about borrowed words? Affective and lexico-semantic norms for most frequent unadapted English loanwords in Croatian / I. Bogunović, B. Čoso, M. Guasch, E. P. Vilus, P. Ferré, J. A. Hinojosa // International Journal of Bilingualism. 2024. № 29 (5). P. 1309–1334.
22. Erardi S. Anglicisms in Ladin: Loanwords and Local Perceptions / S. Erardi, R. L. Gardner, S. Comploi // Forum Italicum. 2022. № 56 (2). P. 272–306.
23. Kaigorodova M. A. Linguistic and psychological reasons to borrow words from other languages / M. A. Kaigorodova // Наукосфера. 2024. № 4-2. С. 338–341.
24. Toxanbayeva R. Problems of Adaptation of Borrowings and Excessive Use of Borrowed Words in the Civil Codes of Post-Soviet Countries (on the Example of Kazakhstan) / R. Toxanbayeva, K. Kenzhekanova, S. Yerzhanova // International Journal for the Semiotics of Law. 2025. № 38. P. 901–921.
25. Wolfer S. Tracking the acceptance of neologisms in German: Psycholinguistic factors and their correspondence with corpus-linguistic findings / S. Wolfer, A. Klosa-Kückelhaus // Humanities and Social Sciences Communications. 2023. № 10. P. 547.
26. Zibin A. A Phonological Analysis of English Loanwords Inflected With Arabic Morphemes in Urban Jordanian Spoken Arabic // Sage Open. 2019. № 9 (2).
2. Avanesova Je. Je. Zaimstvovannaja jekonomicheskaja leksika v mediadiskurse 21 veka = Borrowed economic vocabulary in 21st century media discourse // Kazanskaja nauka. 2024. № 7. S. 213–215.
3. Vikislovar' = Wikidictionary. URL: <https://ru.wiktionary.org/wiki/Vikislovar'> (data obrashhenija: 20.09.2025).
4. Garan E. P. Funkcii anglojazыchnyh zaimstvovanij v sovremennyh internet-SMI = Functions of English borrowings in modern Internet media // Baltijskij gumanitarnyj zhurnal. 2023. T. 12, № 1 (42). S. 81–84.
5. Gromova N. V. Zaimstvovannaja leksika : tendencii i perspektivy = Borrowed words: tendencies and prospects // Evrazijskij filologicheskij vestnik. 2023. № 1 (1). S. 20–32.
6. Degal'ceva A. V. Problemy upotreblenija zaimstvovannoj leksiki v sovremennyh SMI = Problems of using borrowed vocabulary in modern mass media / A. V. Degal'ceva, O. B. Sirotinina // Filologija i chelovek. 2022. № 4. S. 7–25.
7. Zajceva E. A. Molodezhnyj sleng : vosprijatie glagol'nyh zaimstvovanij nositeljami jazyka = Youth slang : native speakers' understanding of verb borrowings / E. A. Zajceva, I. V. Novikova, O. V. Ginzburg // Voprosy psiholingvistiki. 2024. № 3 (61). S. 24–36.
8. Zvereva S. B. Tematicheskaja predstavlenost' zaimstvovannoj leksiki v sovremennom rossijskom mediaprостранstve = Thematic representation of borrowed words in modern Russian media space / S. B. Zvereva, L. Ju. Kas'janova // Gumanitarnye issledovanija. 2022. № 2 (82). S. 147–151.
9. Izvestija = Izvestia. URL: <https://iz.ru/blog> (data obrashhenija: 20.09.2025).
10. Krylova M. N. Nuzhna li v jazyke zaimstvovannaja leksika? // Vek informacii (setevoe izdanie) = Is borrowed vocabulary necessary in the language? // The age of information (online edition). 2023. T. 7, № 1 (22). S. 12–19.
11. Krylova M. N. Sredstva jazykovoj vyrazitel'nosti v zagolovkah rubriki «Mnenija» internet-gazety «Izvestija» = Linguistic expressive means in the headlines of the «Opinions» section in the Izvestia online newspaper // Vek informacii (setevoe izdanie). 2021. T. 5, № 3 (16). S. 110–120.
12. Maslennikova A. A. Anglicizmy kak tendencija razvitiya sovremennogo russkogo jazyka = Anglicisms as a development trend in the modern Russian language // Tribuna uchenogo. 2023. № 6. S. 156–161.
13. Muravleva V. R. Lingvocid kak strategija sovremennyh informacionnyh vojn = Linguocide as a strategy of modern information wars // Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. 2020. № 4. S. 197–202.
14. Petrova N. E. «Ingovy» sushhestvitel'nye kak raznovidnost' processual'noj leksiki : k probleme osvoenija novejsih zaimstvovanij russkogo jazyka = «Ing» nouns as a kind of procedural lexicon : towards the problem of mastering the newest borrowings of the Russian language / N. E. Petrova, G. S. Samojlova // Nauchnyj dialog. 2024. T. 13, № 10. S. 65–83.
15. Rozhdestvenskaja S. V. Anglicizmy v sovremennom rossijskom obshhestve : status i funkcii = Anglicisms in modern Russian society : status and functions / S. V.

#### Reference list

1. Abdreeva M. P. Zaimstvovannaja anglijskaja leksika v strukture gazetnogo teksta = Borrowed English vocabulary in the newspaper text structure // Novaja nauka : Teoreticheskij i prakticheskij vzgljad. 2015. № 6-2. S. 155–157.

Rozhdestvenskaja, I. Ju. Dzhulaj // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2018. № 8-1 (86). S. 165–170.

16. Satybaldina B. D. Zaimstvovaniya XXI veka v sfere mody = XXI century borrowings in the field of fashion // Ratio et Natura. 2022. № 1 (5).

17. Stavickaja S. S. Aktivnost' slov s zaimstvovannym prefiksom re- v mediaprostranstve marketinga i seti internet = Active words with the borrowed prefix re- in the media space of marketing and the Internet // Linguistica Juvenis. 2023. № 25. S. 168–174.

18. Chelovek v sociokul'turnom izmerenii = Man in the socio-cultural dimension : monografiya / I. V. Glushko, T. M. Zueva, M. N. Krylova, I. M. Lavruhina, A. V. Jarovoj. Zernograd : AChII, 2022. 222 s.

19. Shafigulina N. Anglicizmy : moda, prestizh ili neobhodimost'? = Anglicisms : fashion, prestige or necessity? / N. Shafigulina, M. Jusupova // Vestnik Issyk-Kul'skogo universiteta. 2023. № 54-2. S. 182–189.

20. Shahovalova E. G. Cennostnyj potencial russkogo literaturnogo jazyka v patrioticheskom vospitanii sovremennoj molodezhi = Value potential of the Russian literary language in the modern youth patriotic education // Kul'tura v evrazijskom prostranstve : tradicii i novacii. 2023. № 1 (7). S. 35–39.

21. Bogunović I. How do we feel about borrowed words? Affective and lexico-semantic norms for most fre-

quent unadapted English loanwords in Croatian / I. Bogunović, B. Čoso, M. Guasch, E. P. Vilus, P. Ferré, J. A. Hinojosa // International Journal of Bilingualism. 2024. № 29 (5). R. 1309–1334.

22. Erardi S. Anglicisms in Ladin: Loanwords and Local Perceptions / S. Erardi, R. L. Gardner, S. Comploi // Forum Italicum. 2022. № 56 (2). R. 272–306.

23. Kaigorodova M. A. Linguistic and psychological reasons to borrow words from other languages / M. A. Kaigorodova // Naukosfera. 2024. № 4-2. S. 338–341.

24. Toxanbayeva R. Problems of Adaptation of Borrowings and Excessive Use of Borrowed Words in the Civil Codes of Post-Soviet Countries (on the Example of Kazakhstan) / R. Toxanbayeva, K. Kenzhekanova, S. Yerzhanova // International Journal for the Semiotics of Law. 2025. № 38. R. 901–921.

25. Wolfer S. Tracking the acceptance of neologisms in German: Psycholinguistic factors and their correspondence with corpus-linguistic findings / S. Wolfer, A. Klosa-Kückelhaus // Humanities and Social Sciences Communications. 2023. № 10. R. 547.

26. Zibin A. A Phonological Analysis of English Loanwords Inflected With Arabic Morphemes in Urban Jordanian Spoken Arabic // Sage Open. 2019. № 9 (2).

Статья поступила в редакцию 23.09.2025; одобрена после рецензирования 16.10.2025; принята к публикации 06.11.2025.

The article was submitted on 23.09.2025; approved after reviewing 16.10.2025; accepted for publication on 06.11.2025