

ЯЗЫКОВЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ КАК ОДНА ИЗ СОСТАВЛЯЮЩИХ ЯЗЫКА СМИ

Давлятова Эльвира Мурадовна
Доцент Термезского государственного университета
Тухтаева Шахзода
Студентка факультета зарубежной филологии

Аннотация

В статье рассматриваются языковые заимствования как неотъемлемая часть современного языка средств массовой информации. Отмечается, что в условиях глобализации и развития цифровых технологий особенно возрастает роль иноязычной лексики, проникающей в медийные тексты. Автор анализирует причины активного проникновения англицизмов и других заимствований в язык СМИ, а также их влияние на стилистическую выразительность, доступность и восприятие текста читателями. В работе освещаются теоретические подходы к изучению заимствований, приводятся примеры функционирования иноязычных слов в различных сферах, а также обозначаются возможные риски чрезмерного использования заимствованной лексики.

Ключевые слова: язык СМИ, заимствования, англицизмы, интернационализация, медийный дискурс, лексическая адаптация.

LINGUISTIC BORROWINGS AS ONE OF THE COMPONENTS OF THE MEDIA LANGUAGE

Davlyatova Elvira Muradovna
Associate Professor, Termez State University
Tukhtayeva Shakhzoda
Student, Faculty of Foreign Philology

Abstract

The article examines linguistic borrowings as an integral part of the modern language of mass media. It is noted that in the context of globalization and the development of digital technologies, the role of foreign vocabulary penetrating media texts has significantly increased. The author analyzes the reasons for the active spread of Anglicisms and other borrowings in the language of the media, as well as their influence on stylistic expressiveness, accessibility, and readers' perception of texts. The paper highlights theoretical approaches to the study of

borrowings, provides examples of the functioning of foreign words in various spheres, and outlines possible risks of excessive use of borrowed vocabulary.

Keywords: media language, borrowings, Anglicisms, internationalization, media discourse, lexical adaptation.

В XXI веке формируется новое виртуальное информационное пространство — Интернет, которое существенно влияет на языковую ситуацию и процессы коммуникации. Одним из наиболее заметных проявлений этих изменений является активное проникновение заимствованной лексики в язык средств массовой информации.

Проблема употребления заимствований особенно остро стоит в современной российской и узбекской медиасфере. Заимствования прочно вошли в нашу жизнь через печатные и электронные СМИ, в первую очередь — через интернет-дискурс. Это обусловлено не только расширением международных контактов, но и массовым импортом научных, политических, экономических и технологических реалий, сопровождающихся притоком соответствующей терминологии.

С одной стороны, заимствованная лексика способствует обновлению языка, наполняет тексты экспрессией, снижает уровень официальности, создавая «эффект новизны» и обеспечивая более близкий контакт с читателем. С другой стороны, чрезмерное использование иноязычных слов может приводить к утрате смысловой прозрачности, затруднять понимание текста и искажать его значение.

Среди исследователей, внесших вклад в изучение языка СМИ, следует отметить работы В.Н. Вакурова, В.Г. Костомарова, В.В. Виноградова, Г.В. Глинских, а также исследования, посвящённые функционированию заимствованной лексики, выполненные А.А. Брагиной, М.А. Брейтен и другими.

Актуальность данной темы определяется тем, что проблема ясности и понятности речи напрямую зависит от корректности употребления заимствований. Возникают закономерные вопросы:

- Насколько прочно заимствования вошли в современный язык СМИ?
- Создают ли они трудности для читателя в связи с непониманием значения?
- Какие функции выполняют заимствования в медиатекстах?

Цель данной статьи — определить специфику использования заимствований в языке СМИ, провести комплексное описание их

функционирования и выявить закономерности употребления в различных видах медиатекстов.

Проблема заимствований в языкознании традиционно рассматривается как один из важнейших аспектов лексического развития языка. По определению В.А. Звегинцева, «заимствование — это процесс перехода языковых элементов из одного языка в другой в результате культурных и социальных контактов» [Звегинцев, 1981, с. 115].

В российской лингвистике заимствования трактуются как результат взаимодействия языков в условиях межкультурной коммуникации (В.В. Виноградов, А.А. Реформатский, Л.П. Крысин). По мнению Л.П. Крысина, «влияние иностранных языков на лексику является естественным и неизбежным следствием развития международных связей, однако степень адаптации заимствований должна определяться внутренними законами языка-приёмника» [Крысин, 2004, с. 27].

В западноевропейской традиции изучение языковых заимствований связано с трудами таких исследователей, как Э. Хауген (E. Haugen), Т. Себеок (T. Sebeok). В классической работе У. Вайнрайха *Languages in Contact* (1953) заимствование определяется как «естественный результат билингвизма и контакта культур, где язык служит каналом обмена не только словами, но и концептами». Значительный вклад в изучение англицизмов внёс немецкий исследователь Дитер Мюльхаузлер (D. Mühlhäusler), который подчеркивает, что «современная глобальная медиасреда формирует новые лексические стандарты, ориентированные на английский язык как язык международной коммуникации» [Mühlhäusler, 2003].

В немецкой лингвистике (H. Glück, K. Görlach, U. Ammon) отмечается, что англицизмы в СМИ становятся показателем «языковой моды» и средством идентификации с глобальной культурой. Так, К. Герлах указывает: «англицизмы выполняют не только номинативную, но и социокультурную функцию, отражая стремление к модернизации языка» [Görlach, 2001, p. 45].

В научных кругах стран СНГ проблема заимствований активно изучается в контексте влияния глобализации и медиа.

Так, В.Г. Костомаров и В.Н. Вакуров рассматривали язык СМИ как «особую функциональную разновидность современного русского языка, открытую для иноязычных влияний и отражающую динамику общественных процессов» [Костомаров, 1999, с. 19].

А.А. Брагина отмечает, что «заимствования в СМИ выполняют функцию языковой инновации, придавая текстам экспрессию и динамику, но

при чрезмерном употреблении создают эффект "чужеродности"» [Брагина, 2001, с. 42].

Исследователь Т.Г. Добросклонская в работе *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ* (2008) указывает, что «влияние англицизмов на медийный язык обусловлено как технологическими, так и культурными факторами, а СМИ становятся основным проводником языковой глобализации».

В узбекистанской лингвистике проблематика заимствований рассматривается в трудах таких учёных, как Ш. Сафаров, Н. Махмудов, М. Нурмухамедова, З. Рахимова, Ш. Хамидова и др.

Ш. Сафаров подчёркивает, что «медiateксты становятся зеркалом социолингвистических процессов в обществе, а заимствования — индикатором культурной интеграции и языковой адаптации» [Сафаров, 2015, с. 78].

По мнению М. Нурмухамедовой, заимствования в узбекских СМИ следует рассматривать как «естественный этап эволюции национального языка под влиянием международного информационного пространства» [Нурмухамедова, 2018, с. 54].

Исследовательница З. Рахимова в статье *Ingliz tilidan kirib kelgan soʻzlarning ommaviy axborot vositalaridagi funksiyasi* (2020) отмечает, что «англицизмы в узбекском медийном пространстве выполняют функцию престижного кода, сигнализирующего о принадлежности к глобальной культуре».

Ш. Хамидова (2022) уточняет, что «не все заимствования одинаково интегрируются в систему узбекского языка: часть из них остаётся маркерами элитарного, "цифрового" дискурса».

Таким образом, узбекистанская научная школа рассматривает заимствования как инструмент культурной адаптации и как отражение процессов модернизации в языковой системе. Современные исследователи сходятся во мнении, что заимствования — это не просто проявление языковой моды, а механизм адаптации языка к изменяющемуся миру. Однако они требуют научного контроля, чтобы сохранить баланс между языковым развитием и сохранением национальной идентичности.

Практический анализ современных узбекских медiateкстов подтверждает активное проникновение англицизмов и гибридных форм заимствований в язык средств массовой информации. В качестве материала исследования были рассмотрены тексты новостных порталов и

образовательных изданий, содержащие элементы мультимедийного и интернет-дискурса.

В частности, в текстах встречаются примеры: *“Сторителлинг хусусида гар кетар экан...”* ; *“Мультимедиавий материал тайерлаш усуллари: лонгрид ва сторимап”*; *“Гапимиз исботини мультимедиавий сторителлинг билан изохлашимиз мумкин”*; *“Мультимедиа ҳикояси мультимедиа мавжудлигини таъкидлайди ва у расмлар, панорамалар, видеолар, интерфаол, слайд-шоу, 3-Д графикалар, гиф-анимация ва бошқа мультимедиа элементлари бирикмасида...”*; *“Интернетнинг ОАВ платформаларида контент яратишининг бу усулларида замонавийлари сифатида қўйидаги икки йўналишни келтириш мумкин: контентни краудсорсинг технологияси”*.

Данные примеры демонстрируют активное функционирование заимствованных терминов *storytelling, longread, storymap, multimedia, content, crowdsourcing* и др. в узбекском медиадискурсе. Они адаптируются в морфологической и фонетической системе узбекского языка, нередко получая национальные словообразовательные элементы: *мультимедиавий, сторителлинг билан изохлашимиз, контент яратишининг* усули и др.

На основе контекстуального анализа можно выделить несколько ключевых функций иноязычных элементов:

Номинативная функция. Заимствования обозначают новые явления в сфере журналистики и цифровых технологий, для которых ранее не существовало эквивалентов в узбекском языке (*лонгрид, сторимап, краудсорсинг*). Эти слова выполняют функцию заполнения семантических лакун.

Инновационно-престижная функция. Употребление англицизмов усиливает ощущение современности и профессионализма, особенно в материалах, посвящённых цифровым коммуникациям. Как отмечает З. Рахимова (2020), англицизмы в СМИ «выполняют роль престижного кода, сигнализирующего о принадлежности к глобальной медиакультуре».

Экспрессивно-оценочная функция. Использование иноязычных терминов усиливает выразительность текста, делает речь более динамичной и эмоционально насыщенной. Например, лексемы *мультимедиа ҳикояси, мультимедиавий сторителлинг* несут в себе метафорический и визуальный потенциал.

Идентификационная функция. Заимствования служат маркерами профессиональной идентичности журналистов и медиаспециалистов,

демонстрируя принадлежность к международному информационному сообществу.

Как отмечает Ш. Хамидова (2022), не все заимствования проходят полную адаптацию: часть из них остаётся маркерами элитарного, «цифрового» дискурса, употребляясь преимущественно в узкоспециализированных публикациях. Тем не менее, наблюдается тенденция к постепенной интеграции этих лексем в общий медийный язык.

Таким образом, можно утверждать, что заимствования не только отражают процессы глобализации и технологического прогресса, но и способствуют формированию нового стиля медийного письма, где англицизмы выполняют как информативную, так и эстетическую функцию.

Заимствования в языке СМИ представляют собой неотъемлемую часть современного медиадискурса, выполняя важную роль в передаче новых понятий, тенденций и технологий. Результаты анализа узбекских медиатекстов показали, что заимствованные элементы активно адаптируются, становятся инструментом лексического обновления и стилистического разнообразия. Однако необходимо поддерживать баланс между открытостью языка к международным влияниям и сохранением его национальной идентичности. Научное осмысление и нормативное регулирование заимствований — важное условие гармоничного развития современного медийного языка.

Список использованных источников (по тексту):

1. Звегинцев В.А. *Теоретическая и прикладная лингвистика*. — М.: Наука, 1981.
2. Виноградов В.В. *О языке художественной литературы*. — М., 1952.
3. Крысин Л.П. *Иноязычные слова в современном русском языке*. — М.: Языки славянской культуры, 2004.
4. Костомаров В.Г. *Наш язык в действии*. — М., 1999.
5. Брагина А.А. *Иноязычные элементы в языке средств массовой информации*. — М., 2001.
6. Добросклонская Т.Г. *Медиалингвистика*. — М.: Аспект Пресс, 2008.
7. Weinreich U. *Languages in Contact*. — New York: Linguistic Circle, 1953.
8. Haugen E. *The Analysis of Linguistic Borrowing*. — *Language*, 1950.
9. Görlach M. *English Words Abroad*. — Amsterdam: John Benjamins, 2001.
10. Сафаров Ш. *Til va madaniyat munosabati*. — Тошкент, 2015.

11. Нурмухамедова М. *О‘zbek tilidagi inglizcha so‘zlarning o‘zlashuvi*. — Тошкент, 2018.
12. Рахимова З. *Ingliz tilidan kirib kelgan so‘zlarning ommaviy axborot vositalaridagi funksiyasi*. — Тошкент, 2020.
13. Хамидова Ш. *Mediada til o‘zgarishlari va globalizatsiya jarayoni*. — Тошкент, 2022.