



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ

КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА И МЕТОДИКИ ОБУЧЕНИЯ РУССКОМУ ЯЗЫКУ

НОВЕЙШАЯ ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА В МЕДИАДИСКУРСЕ
КАК ОСНОВА ПРОЕКТА ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ
В СТАРШИХ КЛАССАХ

Выпускная квалификационная работа
по направлению 44.03.05 Педагогическое образование
Направленность программы бакалавриата

«Русский язык. Литература»

Проверка на объем заимствований:

73,42 % авторского текста

Работа рекоменд. к защите
рекомендована/не рекомендована

« 10 » июня 2019 г.

зав. кафедрой русского языка и МОРЯ
Глухих Н.В.

Выполнила:

Студентка группы ОФ-515/075-5-1
Сорокина Ксения Игоревна

Научный руководитель:

Доцент кафедры РЯ и МОРЯ, кандидат
филологических наук, доцент
Омельченко Елена Витальевна

Челябинск

2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА.....	7
1.1. Современные направления исследования дискурса.....	7
1.2. Сущность медиадискурса: базовые понятия и термины.....	14
Выводы по 1 главе.....	22
ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В МЕДИАТЕКСТАХ.....	25
2.1. Заимствования в журналах.....	25
2.2. Заимствованная лексика в газетах.....	39
2.3. Заимствованная лексика в новостных интернет порталах.....	56
2.4. Заимствованная лексика на телевидении.....	81
Выводы по 2 главе.....	94
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	97
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	101
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	107

ВВЕДЕНИЕ

Изменения в социальной, экономической, политической жизни России в конце XX – начале XXI вв. послужили основанием для развития активных процессов в русском языке современности, поэтому появляется много новых явлений на различных уровнях системы языка.

Современный русский язык – это явление живое, развивающееся, которое стремится к обновлению своего состава. Заимствование слов – естественный и необходимый процесс языкового развития. Лексическое заимствование обогащает язык и обычно нисколько не вредит его самобытности, так как при этом сохраняется основной свой словарь, а, кроме того, неизменным остается присущий языку грамматический строй, не нарушаются внутренние законы языкового развития.

Процессу заимствования как языковой проблеме были посвящены работы русских и зарубежных лингвистов: Н.С. Авиловой, Н.С. Валгиной, В.В. Виноградова, И.И. Огиенко, А.А. Потебни, А.А. Реформатского, И.А. Стернина, Фердинанда де Соссюра, Н.М. Шанского, Л.В. Щербы и др. А.А. Потебня обратил внимание на творческий элемент в процессе заимствования. «Заимствовать – значит брать в сокровищницу человеческой культуры больше, чем вы можете получить» [44, с. 40]. Такой подход к проблеме заимствования выявляет закономерности, определяющие развитие словарного запаса, объясняет происходящие в нем явления и выявляет их причины, выявляет связь между историей отдельных слов, историей языка и историей людей. А. Мейе, в свою очередь, утверждал, что любой, кто хочет изучать историю любого языка, должен понимать родственные языки, то есть реальный курс истории языка основан на чувстве преемственности в языке. И все это происходит в соответствии с социальной сущностью языка, поскольку каждый язык более или менее ограничен определенной социальной группой [34]. Р.С. Гинзбург считает,

что причины заимствования зависят не только от исторических условий, но и от степени генетической и структурной близости языков [9]. М.А. Брейтер выделяет следующие причины заимствования: отсутствие соответствующего понятия в когнитивной основе языка-рецептора, отсутствие соответствующей единицы именованя в языке-рецепторе, обеспечивающего стилистический (подчеркнутый) эффект, выражение положительного или отрицательного коннотации, которых эквивалентные единицы в языке-рецепторе не имеют [7].

Взгляды учёных на заимствования неоднозначны. Некоторые учёные (Р.Ф. Брандт, Я.К. Грот, Е.Ф. Карский) считали, что заимствованная лексика полезна для русского языка и проникновение в язык иноязычных слов неизбежно, ведь язык развивается и взаимодействует с другими языками, а не существует изолировано. Еще В.Г. Белинский был убежден, что каждая эпоха ознаменовывается наплывом иностранных слов, что это еще не скоро кончится, что знакомство с новыми идеями, выработавшимися в другой стране, всегда будет приводить в русский язык новые слова [10]. А.А. Реформатский в книге «Введение в языковедение» писал: «Нет ни одного языка на земле, в котором словарный состав ограничивался бы только своими исконными словами. В каждом языке имеются и слова заимствованные, иноязычные. В разных языках и в разные периоды их развития процент этих «не своих» слов бывает различным» [46, с. 139]. Некоторые писатели, например: А.И. Солженицын, А.В. Михайлов, учёные-лингвисты: Е.А. Земская, Ю.Н. Караулов, И.С. Улуханов, доказывали, что использование заимствованных слов не оправдано. Такие филологи как Н.А. Ревенская, А.А. Региня, О.Н. Трубачев, считают, что многие заимствования приходят в нашу речь через газеты, поэтому они упрекают журналистов в увлечении заимствованиями из других языков.

В наше время в условиях глобализации тема проникновения иностранных слов в русский язык становится особо актуальной. Ведь сейчас

языки перемешиваются, процесс заимствования приобретает широкий размах. Иностранные слова в разговорной речи стало привычным делом. Но, безусловно, важно понимать значение того, что мы произносим, поэтому очень важно попытаться понять, откуда какие слова пришли и всегда ли оправдано их употребление.

Актуальность темы квалификационной работы заключается в том, что в связи с глобализацией, компьютеризацией, язык постоянно пополняется новыми заимствованиями, и актуальность темы обусловлена недостаточной изученностью новейших лексических заимствований.

Цель исследования – изучить, проанализировать новейшие заимствования в медиадискурсе и выявить их роль.

Задачи исследования:

1. Проанализировать материал по темам: «Лексика современного русского языка», «Проблема заимствований»;
2. Составить картотеку заимствований (заимствования из газет, журналов, телевидения, новостных интернет-порталов);
3. Провести анализ заимствований по следующим критериям: происхождение, языковая функция, уместность и необходимость;
4. Создать методическую часть дипломной работы для дополнительных занятий по русскому языку, для проектов, рефератов.

Материал исследования: интернет-сайты, газеты, журналы, телевидение.

Объект исследования: лексика современного русского языка

Предмет исследования: новейшая заимствованная лексика

Научная значимость работы заключается в том, что она выполнена на малоизученном материале в силу того, что русский язык постоянно пополняется новыми словами.

Практическая значимость: результаты могут быть использованы для дополнительных занятий по русскому языку, проектах, рефератах, на элективных курсах для школьников, при подготовке к олимпиадам по русскому языку.

Методы, используемые в работе:

- метод сплошной выборки используется для отбора заимствованных слов из текстов СМИ;
- анализ словарных дефиниций используется для определения значения заимствованных слов в медиадискуре;
- лингвостатистический метод используется для подсчета заимствованных слов разных тематических групп;
- интерпретационный метод используется при анализе статей СМИ;
- контекстуальный метод используется для определения значения заимствованных слов при истолковании смысла статей СМИ.

Квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА

1.3. Современные направления исследования дискурса

Понятие «дискурс» имеет довольно много различных трактовок, и отечественных, и зарубежных ученых в области лингвистики. Слово «дискурс» французского происхождения, обозначает рассуждение, довод. Во франкоязычных культурах под дискурсом понимается речь, выступление, рассуждение. В русском и европейских языках термин «дискурс» – один из тех терминов, которые тяжело поддаются трактовки, так не имеют эквивалента.

Считается, что понятие дискурса было введено Ю. Хабермасом в 1952 г. «для обозначения вида речевой коммуникации, предполагающего рациональное критическое рассмотрение ценностей, норм, правил социальной жизни» [28, с. 111]. Одновременно с Хабермасом свою теорию по отношению к понятию дискурса выдвинул учёный Эмиль Бенвенист, который определил дискурс как «речь, присваемую говорящим» [4, с. 63].

В лингвистике термин «дискурс» часто сближается по смыслу с понятием «текст». Т.А. ван Дейк в своих исследованиях предпринял попытки разграничить дискурс и текст. Он отмечает, что дискурс – это актуально произнесенный текст, а текст – абстрактная грамматическая структура произнесенного. Таким образом, дискурс – это понятие, касающееся актуального речевого действия, тогда как текст – это понятие, касающееся системы языка. Так между этими понятиями существует некоторое сходство, достаточное для того, чтобы, как считает Т.А. ван Дейк, включить в понятие «дискурс» текст как «абстрактный теоретический конструкт, реализующийся в дискурсе». [14, с.41]. Т.А. ван Дейк под дискурсом понимает «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в

процессе коммуникативного действия. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные или невербальные составляющие». [14, с.46]. Но все же текст статичен, так как это уже итог речевой деятельности, а дискурс, напротив, динамичен, ведь это развивающееся во времени явление [14].

Интересно мнение Э. Брюссанса, последователя основоположника современной лингвистики Ф. де Соссюра, по поводу понятия «дискурс». Он включает дискурс в соссюровскую дихотомию языка (язык-речь), где дискурс – третий компонент, так как содержит нужные средства, с помощью которых говорящий использует язык [15].

Е.О. Менджерицкая понимает дискурс как «передачу когнитивного содержания, вкладываемого адресантом, адресату через посредство текста в его лингвистическом воплощении и заложенных в нем определенных стратегий подачи информации» [35, с. 50]. Если следовать этому определению, то любое языковое явление будет дискурсом, так как проходит стадии создания, передачи и дальнейшего развития.

М.Л. Макаров обобщил различные понимания дискурса и определяет дискурс как формальную, функциональную, ситуативную интерпретацию. [32].

По мнению Н.Н. Мироновой, "к настоящему времени сформировались два основных понятия дискурса: 1) дискурс как текст, актуализируемый в определенных условиях и 2) дискурс как дискурсивная практика" [36, с. 12]. Н.А. Комина выделяет в исследовании дискурса шесть основных направлений: теорию речевых актов, интеракциональную социолингвистику, этнографию коммуникации, прагматику, разговорный анализ и вариационный анализ [27]. И.П. Сусов характеризует анализ дискурса как совокупность ряда течений в его исследовании [51].

Попытку обобщения предприняла и В.Е. Чернявская, понимание дискурса в отечественном и зарубежном языкознании она сводит к двум основным типам:

1) «конкретное коммуникативное событие, фиксируемое в письменных текстах и устной речи, осуществляемое в определенном когнитивно и типологически обусловленном коммуникативном пространстве»;

2) «совокупность тематически соотнесенных текстов». [52, с. 14-16].

Как мы уже могли убедиться существует множество определений дискурса. Остановимся на том определении, с которым выделены необходимые для исследования характеристики: дискурс – это коммуникативный акт (действие, событие), включающий личностный аспект, социально-психологические особенности, специфику взглядов участников коммуникации в рамках социокультурного контекста. В.И. Карасик выделяет персональный, или личностно-ориентированный, тип дискурса и институциональный, в котором личность выступает как социальное лицо. В первом случае говорящий выступает как личность со своим богатым внутренним миром, во втором – как представитель той или иной социальной группы. Персональный дискурс подразделяется на две разновидности: бытовое и бытийное общение. Специфика бытового общения детально отражена в исследованиях разговорной речи. В бытийном дискурсе общение преимущественно монологично и представлено произведениями художественной литературы. Институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений и выделяется на основании двух признаков: цели и участники общения.

Институциональный дискурс представляет собой дискурс, «сводящийся к образцам вербального поведения, сложившимся в обществе применительно к закрепленным сферам общения» [22, с. 5-20]. В

институциональном дискурсе происходит общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений; он выделяется на основании двух признаков: целей и участников общения. Институциональный дискурс есть «специализированная клишированная разновидность общения между людьми, которые могут не знать друг друга, но должны общаться в соответствии с нормами данного социума» [23, с. 194]. Отмечается, что любой дискурс, относящийся к институциональной коммуникации, осуществляемой в общественных институтах, является важной составной частью функционирования этих институтов.

Институциональный дискурс имеет основные признаки, которыми считаются:

- 1) статусно квалифицированные участники;
- 2) локализованный хронотроп;
- 3) конвенционально обусловленная в рамках данного социального института цель;
- 4) ритуально зафиксированные ценности;
- 5) интенционально закрепленные стратегии (последовательности речевых действий в типовых ситуациях);
- 6) ограниченная номенклатура жанров;
- 7) жестко обусловленный арсенал 22 прецедентных феноменов (имен, высказываний, текстов и ситуаций) [39, с. 8].

В.И. Карасик выделяет три подхода к рассмотрению дискурса:

- 1) с позиции языковой личности дискурс приравнивается к коммуникативной компетенции, т.е. представляет собой знания, умения и навыки, необходимые для поддержания общения;
- 2) с позиции текстообразования дискурс приравнивается к языковой компетенции, т.е. рассматривает правильность построения высказывания;

3) с позиции ситуации общения дискурс представлен в виде различных коммуникативных ситуаций, лично- и статусно-ориентированных, и определяется принятыми в обществе сферами общения и сложившимися институтами (институциональный дискурс).

Дискурс реализуется с помощью коммуникативных стратегий, они определяются как когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач. Для коммуникативной ситуации важны следующие коммуникативные оценки речевой ситуации: уместность и неуместность, ритуальность, стереотипность и не стереотипность, личные особенности, социально-возрастной статус собеседника.

Каждый тип дискурса – коммуникативно-прагматический образец речевого поведения, протекающий в определённой социальной сфере.

Лингвисты определяют дискурс как идеальный вид коммуникации, дающий возможность отступить от рамок реальности, ломать стереотипы, изменять традиции. Это позволяет участникам коммуникации быть свободными, критичными, а это способствует становлению личности.

Таким образом, дискурс – сложное, многогранное коммуникативное явление, которое характеризуется одновременно социальностью и личностностью, реальностью в рамках общения и воспроизводимостью как коммуникативное пространство.

С точки зрения деятельностного подхода, дискурс – это «вербализованная речемыслительная деятельность, активное действие, акт коммуникации система коммуникации» [54, с.31].

С точки зрения фактического структурного подхода, дискурс – это «связный текст в совокупности с экстралингвистическими прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как

целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей. Дискурс – это речь, погруженная в жизнь». Н.Д. Арутюнова этим определением определяет два аспекта дискурса:

1. Коммуникативный (дискурс – социальное явление);
2. Когнитивный (дискурс – механизм, влияющий на сознание) [3, с. 136-137].

Из определений видно, что термин «дискурс» понимается неоднозначно. Но определения дискурса не противоречат друг другу, а дополняют. Это говорит о сложной природе понятия «дискурс». Он сближается с понятием «текст», но характер языкового общения характеризуется динамическим, разворачивающимся во времени процессом. Текст же представляется как статический объект, это результат языковой деятельности. Порой под дискурсом имеют ввиду сразу два компонента: и динамический процесс языковой деятельности, вписанной в ее социальный контекст, и ее результат (т.е. текст.).

До настоящего времени продолжаются дискуссии, в ходе которых разграничиваются понятия «дискурс» и «текст». В исследованиях Е.И. Шейгал проведена чёткая систематизация разных точек зрения на проблему, каждый из которых имеет право на существование. выделяют следующие варианты соотношения данных категорий:

- текст рассматривается как словесная запись, а дискурс – как речь, погруженная в жизнь, как язык живого общения;
- дискурс представляется как явление деятельностное, процессуальное, связанное с речевым производством, а текст – как готовый продукт, результат речепроизводства, имеющий завершённую форму;
- дискурс и текст связаны отношением реализации: дискурс находит свое выражение в тексте; дискурс трактуется как речевое событие, в ходе которого творится текст в качестве ментального конструкта;

– дискурс ассоциируется только с устной речью, а текст – с письменной ее формой;

– термин «дискурс» выступает родовым понятием по отношению к видовым понятиям «речь» и «текст»; дискурс объединяет все параметры, свойственные и речи, и тексту (речь связана со звучащей субстанцией, бывает спонтанной, ненормативной, текст же отличается графической репрезентацией языкового материала, текст подготовлен, нормативен);

– дискурс трактуется как коммуникативное событие, заключающееся во взаимодействии участников коммуникации посредством вербальных текстов и других знаковых комплексов в определенных контекстах общения; данный подход можно представить в виде следующей формулы: дискурс = текст + интерактивность + ситуативный контекст + культурный контекст [54].

Ряд исследователей считает, что отношения между дискурсом и текстом носят опосредованный характер. Так, по мнению австралийского специалиста в области дискурс-анализа Гюнтера Кресса, дискурс имеет социальное происхождение, а текст – лингвистическое. Дискурс – это способ говорения, обусловленный социальными институтами и социальными отношениями. Именно эта социальная основа подчеркивается в таких выражениях, как «юридический дискурс», «медицинских дискурс», «расистский дискурс», «сексистский дискурс». Особенности того или иного дискурса находят выражение в лингвистической форме. В свою очередь лингвистическая форма, представленная в тексте, репрезентирует специфические аспекты дискурса [55].

Кроме лингвистической формы, считает Кресс, роль посредника между социально детерминированным дискурсом и текстом выполняет такое образование как жанр. Жанры рождаются, чтобы обеспечить оформление и выражение определенного дискурса. Например, до середины XIX-го века в газетах не существовало такого жанра, как «передовая

статья». Его появление было обусловлено потребностью оформления нового дискурса. Жанр обладает модальным эффектом, который касается манеры прочтения текста.

Любой отдельно взятый текст, отмечает Кресс, может быть результатом множества дискурсов, часто противоречивых, поскольку текст редко бывает цельным с точки зрения лингвистических особенностей, которые он содержит, или дискурсов, которые он выражает [54].

Подводя итоги, можно трактовать дискурс как речевое взаимодействие, в ходе которого синкретично сливаются социально-ролевые, социокультурные, психолингвистические, когнитивные и коммуникативные составляющие. Общим в различных трактовках дискурса является то, что это – коммуникативное явление с социальным наполнением, непосредственно связанное с деятельностью человека и имеющее свое внутреннее деление по видам и жанрам в рамках конкретных профессиональных деятельностей.

1.2. Сущность медиадискурса: базовые понятия и термины

Конец XX – начало XXI вв. характеризует быстрый рост средств массовой информации и новых информационных технологий. Это способствовало формированию единого информационного пространства.

Тенденции глобализации и развитие современных телекоммуникационных технологий в мировом обществе повлияли на возникновение нового типа дискурса – медиадискурса. В настоящее время в лингвистике существует множество подходов как к определению медиадискурса, так и подходов к самой терминологии. Чаще всего используются следующие термины: медиадискурс [16; 26], массмедийный дискурс [6; 37; 49], медийный дискурс [24; 48], массмедиаальный дискурс

[13; 31; 33], массово-информационный дискурс [41; 38], дискурс массовой коммуникации [11], дискурс массмедиа [45; 54], язык СМИ [8; 21].

Возникновение нового типа дискурса широко обсуждалось западными учеными (Дж. Оруэлл, Т.А. ван Дейк), а интерес к его изучению – и сегодня не ослабевает. В XX в. все вопросы, связанные с языком СМИ, стали рассматриваться внутри отдельной науки – медиалингвистики. Данный термин был предложен Т. Г. Добросклонской, которая определила медиалингвистику как самостоятельное научное направление, «предметом которого является изучение функционирования языка в сфере массовой коммуникации» [5, с. 8]. Хотя термин «дискурс» так и не получил четкого и однозначного определения, уже появился новый термин «медиадискурс». Это новое явление, которое образует связанное информационное поле СМИ и распространяет свое влияние на социум.

В центре изучения медиалингвистики находятся понятия медиадискурса и медиатекста, т.е. основные формы существования языка СМИ. Задача медиадискурса заключается в воздействии на общественное сознание.

Структура медиадискурса, его типология и методы исследования экстенсивно изучали А. Белл, Т.Г. Добросклонская, В.Г. Костомаров, М. Монтгомери, Г.Ю. Солханьк, Р. Фаулер и другие.

Поскольку согласно принятому нами определению медиадискурс – это дискурс, функционирующий в сфере массовой коммуникации, необходимо рассмотреть данное понятие. В связи с тем, что понятие коммуникации происходит от латинского *communicatio* – сообщаю, под общее обозначение попадают следующие понятия: связь (сцепление), общение и сообщение, информация и средства информации, единичные и множественные соединения (контакты) [5].

Л.В. Куликова определяет коммуникацию как многофакторный феномен, охватывающий все сферы деятельности языковой личности и человеческой экзистенции в целом [30]. Ученый подчеркивает, что «научная рефлексия по поводу сегодняшнего состояния теории коммуникации предполагает ее позиционирование в кругу смежных областей знания, а также описание ее базовых составляющих» [30, с. 15]. Одной из базовых составляющих теории коммуникации является изучение медиакоммуникации. Это понятие было впервые введено М. Маклюэном. Согласно его концепции, медиумом, то есть средством коммуникации, может оказаться самое неожиданное явление, например, электрический свет. Он является средством коммуникации без сообщения, если только его не используют для передачи какого-то объявления или названия. Как средство коммуникации электрический свет ускользает от внимания именно потому, что у него нет «содержания». До тех пор, пока электрический свет не используется для освещения какой-нибудь торговой марки, как средство коммуникации, он остается незамеченным. Но даже и тогда предметом внимания становится не сам свет, а его «содержание» [55]. Согласно М. Маклюэну, средствами массовой коммуникации являются не только пресса, радио, и телевидение, но и самые разнообразные вещи, такие как: электрический свет, устная речь, книга, письмо, печать, реклама, телефон, город, дороги, деньги, числа, одежда, жилище, часы, комикс, кино, колесо, транспортные средства (самолет, велосипед, автомобиль), игры, автоматическое оборудование, фотография, телеграф, фонограф, пишущая машинка, оружие и многое другое.

Главный вывод, который делает М. Маклюэн, состоит в том, что медиум – это сообщение [55]. Б. Гройс так комментирует данное утверждение: «Медиум, в котором субъект языка воплотил некое высказывание, одновременно и параллельно последнему образует свое собственное высказывание – причем субъект сообщения редко осознает это высказывание медиума и никогда не может его контролировать» [12, с. 79].

Именно в этом и состоит главная сущность медиума – передавать не одно сообщение, а два разных. В соответствии с этим, задача теории медиа заключается в том, чтобы выяснить, что говорит это второе, незапланированное высказывание медиума [12]. Как считает В.М. Березин, «основное свойство массовой коммуникации состоит в том, чтобы в процессе обсуждения ценностей бытия выявлять в объективной реальности новое (новые знания, новые представления о мире и человеке, новые ценности и их значимость для него) и тиражировать это новое, становящееся социальной информацией, с привлечением к диалогу все новых его участников» [5, с. 50].

Термин «медиадискурс» в исследовательской практике закрепился благодаря работам Т.Г. Добросклонской. Под медиадискурсом она понимает «сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации (отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения или контекст)» [16, с. 153]. Для понимания специфики медиадискурса нужно учитывать, что особенностью современных массмедиа является, с одной стороны, обязанность «постоянно находиться в настоящем, в точке, где действие происходит в данный конкретный момент времени», а с другой стороны, усиление потребности в проективности, по И.М. Дзялошинскому, это выработка и распространение СМИ идеальных планов новых типов человеческой деятельности, человеческого поведения, общения, всех форм человеческого существования. То есть массмедиа обеспечивает непрерывный процесс коммуникации и формирует картину мира». Поэтому дискурс массмедиа направлен на общественное сознание и формирование актуального общественного мнения.

Т.Г. Добросклонская рассматривает медиадискурс как взаимодействие процессов и продуктов языковой деятельности в СМИ [16]. Тем самым медиадискурс представляет собой феномен, основной функцией

которого является воздействие на массовую аудиторию посредством контентно-информационной и оценочной информации, передаваемой по медиаканалам. Тогда справедливо следующее утверждение: медиадискурс – это механизм обновления информации через различные средства коммуникации института СМИ.

В статье Е.А. Кожемякина «Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования» он отмечает, что именно особенности медийного пространства и определяют тип медиадискурса. Он выделяет следующие типы: новостной, рекламный, промоционный (PR) дискурсы; информационный, аналитический, публицистический дискурсы; идентифицирующий, репрезентирующий, идеологический дискурсы и т.д. [26].

И.А. Кожемякин выделяет два подхода к определению медиадискурса. Первый подход определяет, что медиадискурс является особым вербально-ментальным видом деятельности, свойственной СМИ. Этот подход дает основание для разграничения медиадискурса от других типов дискурса, таких как политические, религиозные, научные и т. д.

Второй подход гласит, что медиадискурс – это любой вид дискурса, реализуемый в СМИ и созданный средствами массовой информации. Таким образом, можно выделить политический, религиозный, научный медиадискурсы, характеризующиеся спецификой формирования массовой информации, интерпретации и вещания [26].

М.Р. Желтухина определяет отличительные черты медиадискурса:

1. Групповая соотнесённость (автор разделяет взгляды своей группы);
2. Публичность (открытость, ориентированность на массового читателя);
3. Диссенсная ориентированность (намеренное создание разногласий с последующей дискуссией);

4. Инсценированность и массовая направленность (воздействие на несколько групп одновременно) [17].

Следует добавить, что медиадискурс отражает состояние общества. Он отражает как положительные, так и отрицательные изменения в определенный период его развития. Выбор языковой единицы, грамматической формы показывают не только их индивидуальность, языковые предпочтения и привычки, но и указывают на языковые навыки личности, класса и социальной группы, то есть общества определенного исторического периода.

Медиапространство – это та среда, где существует медиадискурс в широком его понимании. От того, какой коммуникативно-информационный канал используется и при помощи каких языковых средств создается текст, можно выделить различные типы медиадискурса. То есть виды медиадискурса непосредственно взаимосвязаны с жанрово-функциональными особенностями медиапространства. М.Р. Желтухина в зависимости от функций языка СМИ и способу их воздействия определяет типы медиадискурса. Во-первых, в системе «автор – читатель» выделяются познавательная, культурная, креативная функции; во-вторых, в системе «автор» – репрезентативная, экспрессивная, регулятивная; в-третьих, в системе «читатель» – гедонистическая, гармонизирующая, интегративная, инспиративная [17]. Средства массовой информации не только передают информацию, но и путем отбора материала, субъективно интерпретируют события окружающей действительности, тем самым влияя на сознание личности. Так формируется общественное мнение.

Как отмечает М.Р. Желтухина, интернет, пресса, радио, телевидение, реклама превращают любой текст любого типа дискурса, любого жанра в особого рода текст, который сохраняет свои конститутивные элементы и приобретает новые, характерные для текстов массмедиа. Кроме того, «массмедиа могут породить новые тексты (комментирование текстов и

передача содержания), которые обладают признаками разных типов дискурса» [18, с. 286].

Ю.В. Рождественский указывает, что промежуточным звеном в массовой информации являются технические устройства; подписчики газеты, радиослушатели, телезрители, кинозрители выступают получателями (адресатами) для создателя сообщения. Для получателя производитель (адресант) сообщения «практически индивидуализирован как определенный орган информации, а не как целая служба информации» [47, с. 242].

Вопрос о классификации типов медиадискурса внутри медиапространства также остаётся открытым. Так, Н.Н. Оломская полагает, что типы медиадискурса связаны с жанрово-функциональными особенностями медиапространства, и предлагает выделять типы дискурса по коммуникативным функциям (публицистический дискурс, рекламный дискурс, PR-дискурс) и по каналам реализации (теледискурс, радиодискурс, компьютерный дискурс) [40].

Рассматривая медиадискурс в русской стилистической традиции, Н.И. Клушина считает, что он может анализироваться как дихотомия публицистического и информационного подстилей в рамках одного газетно-публицистического стиля. Она полагает, что в нём можно выделить три основных типа субдискурса: публицистический, тенденциозный, информационный, новостной и субдискурс развлечения. При этом, в данную типологию не включаются рекламный, политический и религиозный дискурсы, так как они не являются медийными дискурсами в чистом виде, а представляют собой зоны пересечения деятельности СМИ и политических, экономических, религиозных институтов [25, с. 100–101].

Основными формами существования медиадискурса являются новостные тексты, рекламные тексты и прочие виды медиатекста.

Н.А. Кузьмина отмечает, что медиатекст представляет собой «динамическую сложную единицу высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [29, с. 13]. Достаточно развёрнутое определение медиатекста даёт Я.Н. Засурский, который считает, что медиатекст – это «новый коммуникационный продукт», который может быть включён в разные медийные структуры вербального, визуального, звучащего, мультимедийного планов, а также в разные медийные обстоятельства: газеты, журналы, радио, телевидение и т.д. [20, с. 21].

Для каждого типа медиадискурса существуют свои специфические каналы для воздействия на общество. Это аудио-, визуальный и аудиовизуальный каналы воздействия в пространстве СМИ.

Исходя из вышеизложенного, мы можем прийти к выводу, что медиадискурс интегрирован в социальные, личные и профессиональные отношения. Медиадискурс является ведущим типом дискурса, который проникает во все виды общения. Медиатекст становится значительным средством формирования мировоззрения и мировосприятия людей.

К основным характеристикам медиатекста относят языковую специфику медиатекстов (которая определяется тем, что они рассчитаны на массовую аудиторию), динамический характер, многоплановость, многомерность, полифоничность, гетерогенность (сочетание визуальных, вербальных или др. компонентов внутри одного текстового пространства), интегральность, социально-регулятивную природу [53, с. 153], а также событийность (т.е. стремление к подаче событий в их актуальности) [50, с. 17]. Н.А. Кузьмина выделяет следующие категории медиатекста: медийность, массовость (что подразумевает изменение фигур автора и адресата: текст СМИ – чаще коллективный продукт, а адресат – массовая аудитория), интегративность (поликодовость), открытость

(медиатекст обычно представляет собой структуру, которая свободна для дальнейшей интерпретации) [29, с. 13–16].

Таким образом, в настоящий момент для определения медиадискурса нужно учитывать два подхода. Первый подход за основу для выделения типов дискурса определяет функционирование языка в различных сферах деятельности людей, например: наука, образование, политика, средства массовой коммуникации. Тогда медиадискурс определяется как особый тип речемыслительной деятельности, который используется только в СМИ. При таком подходе выделяют: политический, религиозный, научный и др. типы дискурса. Второй подход определяет под медиадискурсом любой тип дискурса, реализуемый в СМИ. В этом понимании исследователи выделяют политический, религиозный и прочие типы медиадискурса, которые для своей реализации используют относительно устойчивый набор практик производства, трансляции и интерпретации массовой информации.

Медиадискурс представляет собой синкретичное образование, в котором представлены многие другие типы дискурса, подчиненные основной цели СМИ как социального института – оказывать дифференцированное воздействие на социального адресата посредством его информирования и интерпретации сообщаемой информации.

Выводы по 1 главе

В современной науке понимание дискурса все более углубляется, что отражается в современных подходах к изучению данного понятия.

Рассмотрев различные подходы к исследованию медиадискурса, мы базируемся на положении о том, что медиадискурс является институциональным типом дискурса; по структуре он состоит из цельных текстов и совокупностей текстов. С когнитивной точки зрения он

представляет собой особую форму создания знаний, существования знаний, оперирования знаниями и их изложения в виде нарратива.

Медиадискурс, как производное дискурса в целом, понимается нами как речемыслительная деятельность, реализуемая именно в массмедийном пространстве. Если продуктом дискурса является текст, то продуктом медиадискурса – медиатекст. Медиадискурс, как и дискурс в целом, мы можем рассматривать только в совокупности со всеми экстралингвистическими факторами, не ограничиваясь лишь языковой системой. Медиатекст же можно анализировать вне этих факторов, имея в виду только те особенности, которые можно извлечь непосредственно из текста. Кроме того, понятие медиатекста выходит за пределы языкового уровня: медиатекст может сочетать в себе знаки разных семиотических систем, то есть его язык может частично определяться именно каналом передачи этого сообщения. Поэтому для медиатекста непосредственно важен не только сам язык, но и канал передачи (для радио характерен аудиальный компонент, для телевидения – видеоряд + звуковое сопровождение и т.д.). Часто говорят, что дискурс – это «речь, погружённая в жизнь» [2, с. 136]. Медиадискурс же мы можем описать по аналогии как «речь, погружённую в жизнь и массмедийное пространство». При этом медиатекст – это дискретная единица медиадискурса, которая, будучи динамичным образованием, помогает упорядочить заведомо хаотичный информационный поток – медиадискурс, то есть медиатекст – это своеобразный элемент, фрагмент, «осколок» медиадискурса. Именно медиатекст можно считать особой формой жизни медиадискурса, так как только совокупность медиатекстов помогает представить медиадискурс как слаженную систему внутри массмедийного пространства. Поэтому мы можем сделать вывод, что текст, дискурс, медиатекст, медиадискурс тесно взаимосвязаны между собой, имеют ряд схожих признаков, в результате чего не могут быть противопоставлены, однако они могут быть сравнены по многим параметрам как родственные понятия.

Как следует из анализа теоретической литературы, институциональная специфика медиадискурса заключается в его функционировании в сфере массовой коммуникации; основной целью СМИ как социального института является дифференцированное воздействие на социального адресата посредством его информирования и интерпретации сообщаемой информации. В медиадискурсе выделяются следующие типы медиатекстов: информационные, аналитикопублицистические, художественно-публицистические, реклама.

Итак, в данной главе нами заложены, на основе анализа литературы, теоретические основы исследования медиадискурса, на которые мы будем опираться в дальнейшем практическом анализе.

ГЛАВА 2. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В МЕДИАТЕКСТАХ

Мы проанализировали современные медиатексты на предмет заимствованной лексики и представляем классификацию материала.

2.1. Заимствования в журналах

Vogue 04.04.2019

Мастер по маникюру Мариан Ньюман выпускает книгу о своей работе

И вот теперь мастер маникюра и один из главных работников бэкстейджа модной индустрии Мариан Ньюман выпустила книгу.

Backstage (англ. back – за, stage – сцена) – это съемка «закулисных», «закадровых» мероприятий, предназначенная для того, чтобы зафиксировать творческий процесс.

Glamour 13.03.2019

Йога смеха: новый способ избавиться от стресса и поддерживать себя в форме

К лицу приливает кровь, кожа лица омолаживается – получаем эффект фейсбилдинга. За одну тренировку сжигается в среднем 400–500 кал

Фейсбилдинг (англ. face – лицо, bild – строить) – это гимнастика для лица, с помощью которой вы можете избавиться от мимических дефектов, улучшить очертание своего лица и сохранить тонус мышц, а, значит, молодость.

Forbes 13.12.2018

Шеф-повар Bamboo.Bar Сергей Кожakov рассказал Forbes Life, почему в Москве не приживется аутентичная азиатская кухня и что стоит попробовать в его ресторане

Тем более к февралю мы запустим с бар-менеджером фудпейринг – будем предлагать готовые сочетания еды и напитков.

Фудпейринг (англ. food – еда, pair – пара) – ужин, приготовленный двумя шеф-поварами.

ElleGirl 03.04.2019

Ариана Гранде прокомментировала слухи о нетрадиционной ориентации

Многие расценили фразу «мне нравятся и женщины, и мужчины» как каминг-аут, что вызвало бурную реакцию фанатов.

Каминг-аут (англ. coming out – раскрытие) – процесс открытого и добровольного признания человеком своей принадлежности к сексуальному или гендерному меньшинству.

Forbes 01.04.2019

KPI от отчаяния. Что не так с оценкой работы чиновников

А роль имиджмейкеров там сугубо второстепенна и сводится лишь к отшлифовке тезисов, преподнесению их наиболее впечатляющим образом.

Имиджмейкер (англ. image – образ и to make – создавать) – специалист, в чьи обязанности входит разработка стратегии по созданию (улучшению) имиджа клиента, планирование событий и мероприятий, создание устойчивого образа. Чаще всего имиджмейкер – это

профессиональный психолог, который также помогает скорректировать поведенческие привычки.

TJournal 27 февраля

Вэнити сёрч и кибербуллинг: журналист Гриша Пророков рассказал об оскорблениях в Твиттере и спровоцировал флешмоб о себе

5 февраля журналист и создатель подкаста Blitz and Chips Гриша Пророков рассказал в Фейсбуке, что его регулярно оскорбляет пользователь Твиттера — сотрудник ВШЭ Яков Охонько. Пророков отметил, что находил негативные твиты во время «вэнити сёрча для фидбека» (другими словами, он вбивал своё имя в поиск Твиттера и смотрел, что про него пишут) в течение года.

Сёрчить (англ. search – поиск) – поиск необходимой информации в сети Интернет.

Фидбэк (англ. feed back – ответная реакция) – комментарии читателей, обсуждения, критика, рекомендации.

Кибербуллинг (англ. bully – задирать, запугивать, а кибер – префикс, добавляемый к обиходным словам, чтобы показать их причастность к Интернету, компьютерам) – это травля человека в интернете.

Forbes 08.03.2019

Неудачный маркетинг: как Дональд Трамп обеднел на посту президента США

«Он настолько неоднозначная фигура, что люди боятся вести с ним дела», – рассказал эксперт по брендингу Джефф Лотман Forbes в сентябре.

Брендинг (англ. brand – бренд, building – построение, другими словами создание бренда) – это создание положительного имиджа товара или услуги, продвижение его на рынке, и самое главное поддержание этого имиджа. Этапы брендинга: создание бренда, нейминга, логотипа, слогана, регистрация новой бренда (марки), реклама бренда.

ElleGirl 30.03.2019

Сделай перерыв: твой знак зодиака подскажет, как правильно отдыхать

Выходом будет осознать, что ты – бесповоротный контрол-фрик, и научиться отпускать. Используй свою целеустремленность в благих целях: прыгай, бегай, плавай, гни

Контрол-фрик (англ. control freak – маньяк контроля) – человек, заикленный на контроле за всем происходящим.

Forbes 30.04.2019

Почему все в криптомире говорят о DeFi

Стейблкоин Dai – это цифровой токен, напоминающий биткоин и задумывавшийся как глобальная валюта, свободная от центральных банков.

Стейблкоины (англ. stable – стабильный, coin – монета) – это семейство криптовалют, работающие по технологии блокчейн и имеющие в качестве залога обеспечение в виде актива.

ElleGirl 19.02.2019

Эмма Уотсон сходила на свидание с Томом Фелтоном

А ты шипперила Гермиону и Драко, когда смотрела «Гарри Поттера»? Самое большое число фанатов принадлежало к лагерю «драмионы». Радоваться есть чему – пейринг детства стал каноном!

Шипперить (англ. shipper) – горячо поддерживать чью-то романтическую связь, быть фанатом какой-либо пары персонажей, которых вы хотели бы видеть вместе. Это могут быть как вымышленные персонажи – герои книг, фильмов, сериалов, видеоигр, так и реальные люди – актеры и прочие знаменитости, сокурсники, друзья и т.п.

Пейринг (англ. pairing – составление пары) – составление любовных пар среди персонажей книг, фильмов или аниме.

Cosmopolitan 30.04.2019

Пальто как искусство: весенний лукбук бренда ALL WE NEED

В этом сезоне акцент сделан на монохромные тотал-луке, сочетающие верхнюю одежду с платьями и костюмами в одной гамме.

Лукбук (англ. look book – книга образов) – имиджевая съемка ключевых образов коллекции.

ElleGirl 29.01.2019

#10yearschallenge: в новой кампании Louis Vuitton снялись дети, подростки и взрослые

Это первый кампейн, созданный под руководством нового креативного директора Вирджила Абло. Фотографами выступили Инез ван Ламсвеерде и Винуд Матадин.

Кампейн (англ. campaign – рекламная кампания) – съемка рекламной кампании коллекции.

Cosmopolitan 30.04.2019

«Как куколка»: Love Republic и Barbie представят совместную коллекцию

Эксклюзивность данной коллекции придаст уникальная фирменная айдентика для ярлыков, пуговиц и шильд, которую создали по случаю юбилейной коллаборации.

Айдентика (англ. identity – корпоративная идентичность) – это визуальное представление бренда.

ElleGirl 30.04.2019

Успей купить: стартовали продажи праздничных beauty-боксов от ElleGirl

Косметические маст-хэвы, хиты и новинки – представляем наш праздничный beauty box!

Маст-хэв (англ. must-have – необходимо иметь) – трендовая вещь, которая является главным хитом и «писком моды»

Бьюти бокс (англ. beauty box – коробочка красоты) – это набор с сэмплами (образцами), миниатюрами и полноразмерными косметическими средствами, упакованный в красивую коробочку или косметичку.

ElleGirl 30.04.2019

Участвуй в конкурсе мобильной фотографии от KFC BATTLE и получай крутые призы

Шорт-лист из 20 фотографий по результатам народного онлайн-голосования и 10, отобранных экспертным жюри, будет опубликован до 19 мая на сайте проекта.

Шорт-лист (англ. short-list – короткий список), окончательный список работ, отобранных для конкурса, или кандидатов на призовые места в каких-либо соревнованиях.

Forbes 13.02.2019

Российский стартап привлек \$1 млн на выращивание овощей с помощью искусственного интеллекта

Стартап (англ. start up – запустить) – это общее название для компании, фирмы или проекта, которые существуют совсем недавно.

Forbes 30.04.2019

Вред обобщений: почему теория поколений не работает

Все больше брендов переходит от количества к качеству аудитории, выстраивая работу с микроинфлюенсерами.

Микроинфлюэнсер (англ. micro influencer – микровлияние) – блогер с небольшой аудиторией.

Cosmopolitan 21.04.2019

Дженнифер Лопес в кроп-топе прогулялась с женихом

Аутфит идеально подчеркнул спортивную фигуру звезды. Несмотря на то, что у Дженнифер Лопес отличная фигура, артистка иногда выбирает неудачные платья.

Аутфит (англ. outfit – снаряжение, обмундирование) – обобщающее название наряда, туалета, ансамбля одежды и аксессуаров, особенно женских. Аутфит – это гардероб, со вкусом подобранный по тону стилю, настроению.

Vogue 26.04.2019

Дизайнер Wandler о своей первой коллекции обуви

Учитывая, как любят Wandler звезды стритстайла – нидерландский блогер Линда Толь, стилист Джорджия Таль родом из Греции, – легко поверить, что эти модели обуви обречены на успех.

Стритстайл (англ. street-style – уличный стиль), или стритвер – уличный стиль одежды, особый вид уличной моды (или стрит-фешен, от англ. street fashion).

Vogue 25.04.2019

Этой весной носите очки цвета фруктового желе.

Форма оправы тоже может быть абсолютно любой – круглая, футуристичная узкая или оверсайз. Мы собрали для вас самые эффектные пары...

Оверсайз (oversize) в примерном переводе с английского звучит как «на размер больше». Оверсайз – это ультрамодный образ, который характеризуется свободной, бесформенной, как будто с чужого плеча, одеждой.

TJournal 19.04.2019

Свой маленький уголок чужде: интервью с авторами сообществ во «ВКонтакте», выступающих за «солидарность» России и КНДР, а также южнокорейские СМИ, которые работают либо как пропаганда против КНДР, либо как распространители небылиц для кликбейта.

Кликбейт (от англ. clickbait от click «щелчок» + bait наживка) – уничижительный термин, описывающий веб-контент, целью

которого является получение дохода от онлайн-рекламы, особенно в ущерб качеству или точности информации.

Glamour 26.02.2019

Маникюр на короткие ногти: интересные идеи для любительниц скромности

Следует тут же отметить, что нынче популярны практически все виды маникюра, начиная от принтов кошачьих, заканчивая камифубуками.

Камифубуки (紙吹雪) в переводе с японского – «Конфетти» (их также называют блестящие конфетти или пайетки, а в переводе с японского – бумажный шторм) – это декор, представляющий собой смесь из тонких металлических пластинок разного цвета и размера.

Vogue 14.03.2019

Сальма Хайек о борьбе с расизмом и женской свободе

Они рьяно и упорно боролись с самыми закоренелыми стереотипами, навязанными сексизмом, расизмом, а впоследствии и эйджизмом.

Эйджизм (англ. age – возраст) – дискриминация человека на основании его возраста.

TJournal 04.10.18

Фото: «Ню» на челябинской свалке

На снимки обратило внимание сообщество «ТФП фотографов Челябинска» во «ВКонтакте». На снимках обнажённая девушка, стоящая на разорванном свадебном платье

ТФП (аббревиатура «Time For Print» – фото за время) – некоммерческое сотрудничество фотографа и модели. Модель тратит свое время на фотосъемку, фотограф создает фотографии, обрабатывает их и в зависимости от условий договора (релиз модели) может публиковать, выставлять на конкурсы, выставки, продавать. Модель получает часть снимков в виде отпечатков или CD-записи (отсюда другая формулировка ТФСД).

Vogue 29.04.2019

Fendi выпустили коллекцию очков с Gentle Monster

Чтобы с размахом отметить сотрудничество и подогреть интерес поклонников, Fendi и Gentle Monster также решили открыть в Сеуле поп-ап-кафе Gentle Fendi.

Поп-ап (англ. to pop up – неожиданно возникнуть) Магазины или рестораны с краткосрочным периодом работы.

Cosmopolitan 26.04.2019

Новая звезда хип-хоп сцены Alyona Alyona покоряет Apple Music в России

Больше вайба, больше настроения. Сейчас расцвет женского рэпа, и это классно». Её альбом попал в топ-20 чарта Apple Music.

Вайб (англ. vibe) – эмоциональное состояние, атмосфера, которое присуще какому-то месту, или группе людей.

Cosmopolitan 23.10.18

10 идеалов мужской красоты в разных странах

Сегодня в тренде астеничные юноши с русыми волосами, острыми скулами и легкой тоской в глазах. В США все еще существует запрос на ламберсексуалов...

Ламберсексуал (англ. lumber – дровосек) – это мужчина-горожанин в образе дровосека, его обязательный атрибут – красивая ухоженная борода и мужественный вид, в противоположность метросексуалам. Ламберсексуалы носят джинсы, фланелевые рубашки и футболки, часто у них много татуировок, они придерживаются ярко-выраженного мужского стиля.

ElleGirl 11.02.2019

Как выбрать для себя идеальный хайлайтер

Кремовый считается плотным и отличается стойкостью. Такая текстура позволяет скульптурировать лицо, с ним получается серьезный стробинг.

Стробинг (англ. strobe – свет) – техника, которая подразумевает скульптурирование лица путем высветления отдельных зон с помощью сухого и кремового хайлайтера

Хайлайтер (англ. highlight – подчеркивать, выделять) предназначен для выделения отдельных частей лица

Forbes 26.04.2019

Принцы и принцессы хип-хопа — 2019: список Forbes

Тут есть трэп, есть уличный стиль, но есть и рок с намеком на скрим.

Скрим – страшная картинка, также бывает аудио скример (страшные звуки или крик). Слово произошло от английского слова «scream» – орать.

ElleGirl 01.03.2019

Шовинизм отдыхает: 10 привычных ситуаций, в которых ущемляются наши права

Слатшейминг или «не одевай это, ты как шлюха» Каждая из нас хочет быть красивой и привлекательной. И у каждой есть на это право.

Слатшейминг (англ. slut – шлюха, shaming – стыдить) – практика критики людей, особенно женщин и девушек, которые воспринимаются как нарушающие ожидания общества касательно сексуальности из-за своего поведения или внешнего вида

T Journal 22.02.2019

Почему Samsung не дала журналистам протестировать складной смартфон

Остаются вопросы и по ремонту устройства – починка дисплеев современных смартфонов, оснащенных функцией «мультиач», и так влетает в копеечку.

Мультиач (от англ. multi-touch – множественное прикосновение) свойство тачпада и иных сенсорных поверхностей, позволяющее устройству реагировать одновременно на несколько точек прикосновения. С его помощью можно осуществлять прокрутку, изменять масштаб и ориентацию изображения, а также ряд других функций.

Forbes 22.02.2019

Что подарить на 23 февраля: надежные часы, необычные аксессуары, полезную технику

Дюжина подарков на все случаи жизни, от портативного кинотеатра до серебряного шейкера ручной работы.

Шейкер – металлический (стеклянный) стаканчик с крышкой для приготовления коктейлей. Коктейли готовят из трудносмешиваемых ингредиентов: сок, алкоголь, сироп, кофе, сливки, лёд и даже яйца. Чтобы составляющие коктейля хорошо перемешались необходимо 10-15 секунд активно трясти шейкер (англ. shake – трясти). Виды: классический (европейский), бостонский (американский), французский и спид-шейкер.

ElleGirl 30.04.2019

Так ли хорош финал «Мстителей»: рецензия без спойлеров.

Спойлер (англ. spoil – портить) – информация о сюжете еще не вышедших серий, которая может испортить удовольствие от просмотра.

Forbes 08.03.2019

По образу и подобию. Кому можно доверить франшизу своего бизнеса «Инвестор» старается минимизировать риски потери капитала. С этой точки зрения франчайзинг в их представлении – неплохой вариант.

Франчайзинг (французского franchise – льгота, привилегия – и производного английского «franchising» – право, привилегия) – форма организации бизнеса, когда крупный известный на рынке бренд (франчайзер) выдает разрешение, лицензию малым предприятиям (франчайзи) на производство и продажу его продуктов, услуг. За пользование торговой маркой франчайзи платят согласно договору проценты, а франчайзеры предоставляют технологию производства, кредиты, оборудование, проводит PR-компанию и обучение персонала.

Vogue 01.03.2019

Bvlgari посвятили парфюмерную коллекцию Omnia итальянским джелатериям

Bvlgari обновляют коллекцию ароматов Omnia – #Chooseyourtreat. В этот раз линия, выпускающаяся с 2003 года, вдохновлена итальянскими кафе-джелатериями и кондитерскими

Джелатерия (итал. gelato – мороженое) – кафе итальянского мороженого.

Таким образом, лексика журналов отличается направленностью на читателей. Для журналов моды характерны следующие заимствованные слова: лукбук, хайлайтер, оверсайз, камифубуки и др.

Для журналов, связанных с финансами, характерны следующие слова: айдентика, нейминг, франчайзинг. Следовательно, влияние издания на речь того или иного слоя общества зависит от нацеленности материала на определенную возрастную категорию.

Погоня журналистов за новыми, «красивыми» словами порой приводит к тому, что слова становятся непонятными для многих людей. Читатель, не владеющий английским языком, оказывается беспомощным, встречая в журналах иноязычные термины (шипперить, стартап).

На этом примере мы можем убедиться в том, что массовое «наступление» заимствований на русский язык не так уж безобидно и не слишком безопасно.

2.2. Заимствованная лексика в газетах

Комсомольская правда 03.04.2019

Российские стримеры за месяц собрали более 1,3 миллиона рублей на благотворительность

В стримах использовалась система донатов – пожертвований в прямом эфире.

Донат (англ. donate – пожертвовать) – пожертвование в прямом эфире.

Коммерсантъ 04.04.2019

Инвестсоветники не равны перед налогом

Это аренда, бухгалтерия на аутсорсинге и расходы, связанные с заработной платой. Все остальное – услуги.

Аутсорсинг (англ. ounter – внешний, source – источник + use – использовать) – это отказ компании от самостоятельного выполнения ряда некритичных для бизнеса функций или частей бизнес-процессов и передача их стороннему подрядчику, профессионально специализирующемуся на оказании таких услуг.

Российская газета 20.03.2019

По-русски говоря

К примеру, ученых интересуют жанры интернет-коммуникации, проблемы нейминга и городского ономастикона или именника.

Нэйминг (англ. *name* – наименование) – процесс разработки названия бренда для компании, товара или услуги, важнейшая часть маркетинговой стратегии компании, неотъемлемая часть позиционирования бренда

Коммерсантъ 27.02.2019

«Красный квадрат» подкормит телевидение

Ее дочерняя компания открыла кафе в «Останкино» и занялась кейтерингом на телесъемках.

Кейтеринг (англ. *catering* – поставлять провизию) – это сфера общественного питания, которая занимается обслуживанием клиентов на выезде.

Финансовая газета 31.03.2019

Типичные ошибки начинающего бизнесмена статья

Сегодня дропшипинг выродился в систему реализации дешевых вещей. На дропшипинг сильно повлиял интернет-гигант Amazon.

Дропшипинг (англ. *drop shipping* – прямая поставка) – это система торговли, основой которой являются продажи через интернет-магазин, однако владелец торговой площадки не закупает товар, а за деньги клиента заказывает его напрямую у производителя.

Известия 04.04.2019

Галицкий впервые раскрыл причины продажи «Магнита»

Руководство кредитора допустило слияние «Магнита» с другими ритейлерами и дальнейшую экспансию торговой сети в регионы.

Ритейлер (англ. retail – в розницу) – это компания, которая занимается розничной торговлей.

Собеседник 04.04.2019

Планы на выходные: уличное искусство, распродажа книг и «Шазам!»

Выставки в ММОМА на Ермолаевском, 17 до 7 апреля работает стрит-арт форум. В программе – выставки, дискуссии, авторские выступления.

Стрит-арт (англ. street – уличное, art – искусство) – это уличное искусство.

Комсомольская правда 29.03.2019

Актриса Саманта Мортон (Альфа из «Ходячих мертвецов»): Я ни секунды не жалела, что побрила голову!

И все это сопровождается флэшбэками. Но ты не совсем уверена в том, какой флэшбэк является реальным, а какой воображаемый.

Флэшбэк (от англ. flash – вспышка, озарение; back – назад) – обратный кадр; это художественный приём, временное прекращение повествования сюжетной линии с целью демонстрации зрителю события из прошлого.

Комсомольская правда 11.03.2019

Песня Лазарева для «Евровидения – 2019» набрала более 2,4 миллиона просмотров

Слова написала шведский сонграйтер Шэрон Вон, музыку – Димитрос Контопулос, а продюсером песни стал Филипп Киркоров.

Сонграйтер (англ. song + writer – автор песен) – это человек, который профессионально занимается написанием и адаптацией текстов для музыкальных произведений.

Комсомольская правда 22.04.2019

Биография Владимира Зеленского красноречиво говорит, что это self made man.

Self made man (англ. self made man – человек, сделавший себя) – это человек, который сделал себя сам, без чей-либо помощи.

Российская газета 30.04.2019

Россияне рассказали, какие начальники им нравятся больше всего

В агрессивных компаниях трудятся в четыре раза меньше эйчаров (менеджеров по персоналу) – 16 процентов. Мужчины жесткий тип корпоративной культуры выбирают чаще женщин.

Эйчар – специалист по подбору персонала, кадровик. Эйчар – это русификация английского сокращения HR (human resource), что переводится как "человеческий ресурс". Также может называться HR-специалист, HR менеджер, хедхантер (headhunter) – «охотник за головами» в дословном переводе. Эйчары работают в агентствах по подбору персонала или в отделах по персоналу внутри конкретной компании.

Коммерсантъ 08.03.2019

«Победа» открыла полеты из Москвы в бельгийский Остенде

Лоукостер «Победа» (входит в группу «Аэрофлот») открыла полеты из столичного аэропорта Внуково в бельгийский город Остенде.

Лоукостер – авиакомпания, предоставляющая дешевые билеты за счет снижения расходов. Происходит от английского сочетания «low cost» – буквально «низкая стоимость». Тип относительно небольших авиакомпаний, в основе деятельности которых базовый принцип: снижение расходов – дешевые билеты. Снижение издержек происходит за счет сокращения базовых услуг в полете, перехода на электронные билеты.

Российская газета 18.02.2019

Названы самые выгодные для покупки в России автомобили

Как следует из поступившего в «РГ» медиа-кита, эксперты проанализировали остаточную стоимость "трехлеток" 316 популярных моделей 42 марок автомобилей.

Медиа-кит - инструмент для оценки возможностей СМИ как рекламной площадки, набор данных, характеризующих потенциал СМИ для размещения какой-либо рекламы (посещаемость, возраст аудитории, род занятий и другие данные). Медиа-кит выпускает СМИ для рекламщиков, чтобы продемонстрировать свой потенциал и получить рекламные контракты. Название происходит от англ. media – СМИ и kit – набор инструментов.

Комсомольская правда 15.01.2019

В новой «церкви» Украины уверяют, что томос об автокефалии подписан правильно

По словам Евстратия, «фейкометы» утверждают, что томос «подписали не те митрополиты», используя «список членов синода, которые были в его составе до 31 августа 2018 года.

Фейкомет (англ. fake - фальшивка, подделка и рус. метать) – источник заведомо лживой информации. Чаще всего употребляется в отношении средств массовой информации, пойманных на неоднократных вбросах намеренно искаженной и лживой инфы. Несмотря на быстрые разоблачения фейкометание является эффективным способом дезинформации населения.

Финансовая газета 21.10.18

Как обычные машины превращают в предметы роскоши

Именно чип-тюнинг эксперты называют настоящим тюнингом, а внешний и внутренний – считают несерьезным, из серии «прибамбасов» и «ПОНТОВ».

Чип-тюнинг (англ. chip – микросхема, tuning – настройка) – это настройка, доработка, модернизация, исправление программы управления двигателем автомобиля. Чип-тюнинг – самый доступный способ улучшить характеристики автомобиля, не меняя ее конструкции. Чип-тюнинг позволяет увеличить мощность двигателя, снизить расход бензина, уменьшить токсичность выхлопа.

Российская газета 02.05.2019

В Сыктывкаре Первомай отметили манекен Максим и енот Семен Семенович

На их площадке гостям предлагали развлечения на любой вкус: любители книг могли поучаствовать в буккроссинге - можно было принести свои книги из дома...

Буккроссинг (англ. book crossing – круговорот книг). Это когда вы прочитали книгу, но вместо того, чтобы оставить её дома, несёте в кафе, или в библиотеку, или в какое-то ещё место, где есть специальная книжная

полка для буккроссинга. Там другие люди тоже оставляют свои книги, и, таким образом, вы можете читать книги, обмениваясь ими, а не покупая.

Комсомольская правда 24.01.2019

Пентагон финансировал ученых, которые создавали «Звездные врата»

А некоторые исследования вообще на грани фантастики: «Проходимые «кротовые норы», Звездные врата и отрицательная энергия», «Варп-двигатель», темная энергия и манипуляция дополнительными измерениями», «Антигравитация для применения в аэрокосмической отрасли», «Двигатели на веществе с отрицательной массой».

Варп-двигатель (от англ. warp drive – двигатель искривления) – двигатель, позволяющий перемещаться со скоростями, превышающими скорость света. В настоящее время это гипотетический двигатель, пока он существует только в научно-фантастических книгах, фильмах и т.п., хотя ученые ведут работы по созданию этой технологии. Принцип работы варп-двигателя основан на искривлении пространства-времени за счет сил гравитации. В частности во вселенной Star Trek варп-двигатель работает по такому принципу.

Российская газета 16.02.2019

Стой, а то не успеешь

– Стоп, – сказали себе слоулайферы, – успевает тот, кто никуда не торопится. Проглоченный на бегу бутерброд не еда, отдых «галопом по Европам» не отдых.

Слоулайфер – последователь движения Slow life (медленная жизнь). Приверженцы этого движения стремятся жить не спеша, жить так, чтобы успеть насладиться жизнью, а не проводить её в бесконечной гонке.

Слоулайфер успеет насладиться закатом, с наслаждением провести утро с чашечкой чая, получить удовольствие от обеда, вдумчиво прочитать книгу, вдоволь пообщаться с детьми и друзьями, но при этом идеология слоулайфа не подразумевает лени, отсутствия полезных занятий, безработицы и апатии.

Известия 09.12.18

В Петербурге прошла акция против насилия над женщинами

Об этом сообщает ЗакС.ру. Феминистки закрасили краской картонный стенд, на котором были написаны слова «насилие», «сексизм», «мизогиния», «пролайф».

Пролайф – общественное движение за запрет аборт, «pro life» значит «в защиту жизни». Некоторые пролайферы довольно радикальны в своих убеждениях: в частности они считают ЭКО и суррогатное материнство недопустимыми методами решения проблемы бесплодия, часто выступают не только против абортов, но и против контрацепции.

Комсомольская правда 13.03.2019

Названы десять худших изобретений и технологий 21 века

Да, ховерборды тоже были страшно популярны, пока их батареи не начали слишком уж часто взрываться.

Ховерборд (англ. hover board – парящая доска) – вымышленное устройство, напоминающее скейтборд, у которого вместо колёс два антигравитатора. Может парить на высоте около семи сантиметров над землёй.

Собеседник №07-2019

Денис Драгунский: Мода в языке – штука скоропреходящая – интервью

Нет ли у вас ощущения, что субкультурная, скажем, молодежь разговаривает на таком языке, что большинство его не понимают? «Хайп» и «зашквар» – это самое понятное. Абилка, рофлить, флексить, войсить, мерч, панч и так далее.

Хайп – модное молодёжное заимствование английского слова hype, особенно популярное среди московских хипстеров. Синонимами этого слова можно считать старинный французский «ажютаж» или родную русскую «шумиху». Но хайп это более современное явление – медийный шум и истерика вокруг какого-либо гаджета, приложения, сайта или мема.

Абилка (англ. ability – способность) – активное (применяется по желанию игрока) или пассивное (действует постоянно) умение или способность персонажа игрока.

Рофлить (англ. аббревиатура ROFL (Rolling On the Floor Laughing – смеюсь, катаясь по полу)) – смеяться и шутить над кем-то, тролить.

Флексить (англ. flex – гибкий) – выставлять напоказ и хвастаться материальными благами, дорогими вещами.

Войсить (англ. voice – голос) – обмениваться голосовыми сообщениями.

Мерч – это сленговое обозначение разного рода продукции с определённой символикой. Английское слово merchandise означает товары, продукция, а merch – его укороченный, сленговый вариант.

Панч (англ. punch – удар кулаком). Понятие появилось в батл рэпе. Это лакочинная фраза/строка которая должна очень сильно зацепить оппонента.

Коммерсантъ 27.03.2019

«Красный квадрат» подкормит телевидение

«Если раньше столовые были монополистами, то теперь с ними конкурируют кулинарии, фаст-кэжуал и даже фаст-фуд, – рассуждает руководитель NPD в России Мария Ванифатова

Фаст-кэжуал. (англ. fast – быстрый, casual-демократичный). Формат фаст-кэжуал предполагает быстрое обслуживание и качественную еду.

Коммерсантъ 02.01.2019

Вячеслава Володина попросили ответить за «бесовского запевалу»

Он просит спикера Госдумы «публично и предметно» прокомментировать заявления Виталия Милонова в адрес Сергея Шнурова.

Спикер (англ. speaker, speak – говорить). Произносящий речи, оратор.

Российская газета 03.05.2019

Красноярск стал единственным кандидатом на ЧМ-2025 по фристайлу

Дедлайн подачи заявок на проведение турнира истек 1 мая. Напомним, что в марте 2019 года в Красноярске прошла зимняя Универсиада.

Дедлайн (англ dead + line – абсолютно, намертво + линия, граница) – это самый крайний срок (обычно дата) выполнения какой-либо одной задачи или целого проекта.

АиФ 22.02.2019

Гид в законе. Почему работу экскурсоводов никто не регулирует?

Раньше такие специалисты работали при фирмах, туроператорах, сейчас рынок в основном отдан фрилансерам. Как им выйти в легальное поле?

Слово «фриланс» происходит от английского freelance (free – свободный, lance – копьё). Слово «Free-Lance» (свободный воин-копьеносец) впервые употребил сэр Вальтер Скотт в своём романе «Айвенго» для обозначения вольнонаёмных солдат. Сегодня фрилансеры сражаются, в основном, с фотошопом и яваскриптом. А сама профессия freelancer (англ. free-lancer) дословно означает – «носящий свободное копьё».

Комсомольская правда 05.01.2019

Пять самых дурацких исследований 2018 года

Спагетти челендж: разломи макаронину пополам Американские ученые выиграли «Спагетти челендж» – решили задачу, которая в прямом смысле слова не давалась в руки.

Челлендж происходит от английского challenge, что в свою очередь переводится как «проблема, сложная задача, вызов». В русском языке оно получило именно понятие вызова и чаще всего применяется и понимается в контенте как «бросить/принять вызов».

Аргументы и Факты 09.04.2019

Елизавета в шоке. Как Меган Маркл воюет с королевской семьей

Дела делами, а «бэби шауэр» хочет устроить почти каждая будущая мама, и герцогиня Сассекская в этом смысле не стала исключением. Правда, вечеринка Меган перед рождением малыша прошла с таким размахом, что о ней до сих пор ходят самые разные слухи.

Беби шауэр (англ. baby shower, дословно – «младенческий душ») – обычай устраивать вечеринку для будущей матери и праздновать рождение будущего ребёнка.

Коммерсантъ 03.05.2019

Компании вербуют владельцев депозитов на фондовый рынок

«Новое поколение инвесторов крайне чувствительно к качеству интерфейсов и обслуживания, времени ответа по телефону, почте или в социальных сетях.

Интерфейс (англ. interface – сопряжение, поверхность раздела, перегородка) – граница раздела двухсистем, устройств или программ, определённая их характеристиками, характеристиками соединения, сигналовобмена и т. п.

Российская газета 24.02.2019

Новая Lada Granta или подержанная иномарка: что купить за 500 тысяч

Собственно, так многие и поступают. И все-таки, перед тем как совершить неминуемое, мы хотя бы одним глазком советуем заглянуть в отдел трэйд-ин.

Трэйд-ин (trade-in – обменная сделка) – это система взаимозачёта, стоимость старого товара будет засчитана в счёт нового либо любого другого подержанного.

Российская газета 30.04.2019

Мантуров рассказал об особенностях военного кабриолета Aurus

В нынешнем году Aurus ведет переговоры с зарубежными партнерами, которые заинтересованы в сотрудничестве в качестве локальных дистрибьюторов.

Дистрибьютер – (англ. distribute – распределять) в маркетинге (особенно международном) фирма, осуществляющая функции торгового посредника в организации товародвижения для производителя товара.

Аргументы и Факты 17.04.2019

Как тренироваться в экостиле? В Москве прошел первый субботник

Кстати, все участники получают ланч-боксы, где лежит сок и круассан». В музее-заповеднике «Царицыно» уборку мусора совместили с пробежкой (это и есть плоггинг).

Плоггинг (plogging) – новый вид фитнеса, который совмещает поддержание физической формы с заботой об окружающей среде. Назван он так, потому что образован от глагола «подобрать» (по-шведски «плока апп») и существительного «джоггинг» (это, в свою очередь, медленный бег трусцой).

Ланч-бокс (от англ. lanch box – контейнер для обеда) – удобный контейнер для ланча (обеда), чтобы брать его на учебу или работу

Комсомольская правда 29.03.2019

Объем талии и бедер как в 20: 47-летняя Клаудия Шиффер сохраняет фигуру благодаря «диете супер-пять»

При этом раз в неделю разрешается читмил. Поскольку чистые и органические продукты не содержат токсичных и вредных химических веществ

Читмил – происходит от англ. «cheat» – мошенничать и «meal» – еда. Это запланированный приём высококалорийной пищи, джанк фуда, всей той еды, о которой вы грезите по ночам сидя на диете с дефицитом калорий. Читмилить можно раз в неделю или реже, в зависимости от исходного процента жира в организме (чем больше, тем реже позволены отступления от диеты). Считается, что читмил позволяет снять психологическое напряжение от недоступности джанк фуда, а также помогает разогнать обмен веществ.

Комсомольская правда 08.01.2019

Транзитные пассажиры «Белавиа» теперь смогут остановиться в Минске до трех суток

Правда, этот вариант существенно дороже единого транзитного билета. Теперь все стало проще – «Белавиа» вводит бесплатный стоповер сроком до трех суток.

Слово «стоповер» происходит от англ. «stop over» – делать остановку. Так называют длительную остановку в промежуточной точке маршрута путешествия. Стоповер длится как правило более 24 часов. Это время можно потратить на знакомство с городом, при этом перелеты с пересадкой очень часто значительно дешевле прямых рейсов.

Российская газета 06.03.2019

Популярный артист театра и кино Евгений Ткачук: Все деньги трачу на коней

Я написал стих, который лег на открытку, там есть травяной чай с портретом Анны Ахматовой, стильная кружка, скетчбук с изображением Даниила Хармса, деревянные коники

Скетчбук (англ. sketch – эскиз, book – книга) – альбом или блокнот, как правило, небольшого размера, предназначенный для набросков, зарисовок. Незаменимый аксессуар творческих личностей. Популярная разновидность – тревел-буки, или книги путешествий, в которые можно вклеивать фотографии, открытки, билеты, сопровождая это путевыми заметками.

Комсомольская правда 08.03.2019

Самые сексуальные шарики страны»: Анфиса Чехова устроила на Мальдивах фотосессию в нижнем белье

41-летняя телеведущая уже сфотографировалась в бикини и без, топless и полностью одетой, на велосипеде и в лодке. И вот теперь пришел черед фотосессии в нижнем белье.

Топлесс (англ. top less – без верха). Топлесс – значит появляться в общественных местах (как правило, это пляжи) с обнаженной грудью. Девушки загорают топless, чтобы цвет был ровным по всему торсу, без следов от бюстгалтера. Во многих странах, особенно в арабских, запрещено появляться в общественных пляжах с открытым декольте. Для нарушителей предусмотрены немалые штрафы.

Комсомольская правда 24.08.18

Фестиваль «Спасская башня-2018» в Москве: программа, участники

Запланировано 20 мастер-классов в разных техниках: лэмпворк, фьюзинг, витраж, мозаика, роспись по стеклу, гравировка.

Лампворк (англ. lamp – горелка, work – работа). Художественная обработка разноцветных стеклянных стержней, путем плавления их на газовой горелке. С помощью этой техники создаются стеклянные бусины

для различных видов украшений, сувенирные изделия. Используется стекло разных оттенков, фактур, например, муранское стекло. Для украшения бусин используют золото, серебро, палладий, сусальное золото.

Российская газета 09.02.2019

Чаки возвращается: вышел трейлер нового фильма о кукле-убийце

Режиссер – дебютант в полном метре Ларс Клевберг. Сценарист – Тайлер Бертон Смит (анонсированный сиквел «Кунг Фьюри»). Продюсеры – Дэвид Катценберг (новое "Оно", заявленные второй «Битлджус» и третьи «Гремлины») и Сет Грэм-Смит («Мрачные тени» Бёртона, автор мэшапа «Гордость и предубеждение и зомби»).

Мэшап (англ. mash-up – смешивать). Жанр литературы, в основе которого лежит интеграция классического произведения или исторического сюжета с фантастическими элементами. Основные сюжетные линии и стилистика произведения при этом сохраняются, но видоизменяются из-за внедрения в повествование таких фантастических фигур, как вампиры, оборотни, зомби, демоны или роботы. Термин также применяется в музыке и веб индустрии.

Российская газета 20.01.2019

Хоррор-антология «Нулевой канал» закрывается после четырех сезонов

Далее Антоска благодарит всех, кто работал с ним на шоу, поклонников сериала и авторов оригинальных литературных адаптаций «крипипаст» – жутеньких сетевых баек.

Крипипаста (англ. creepypasta, от англ. creepу – жуткий и англ. copypaste – копипаста, скопированный текст). Интернет-страшилка,

ужастик. Этот жанр интернет-фольклора появился в зарубежных веб-ресурсах. Крипипасты бывают текстовые, в виде аудио- и видеофайла. Крипипасты пишут обычные пользователи и выкладывают в специальных блогах и форумах, сайтах. Обычно это страшные истории из реальной жизни, всевозможные легенды и хроника происшествий.

Таким образом, нами было насчитано 46 заимствований в газетах. Иноязычная лексика в газетах нередко вытесняет исконно-русские слова не только потому, что иноязычное слово может звучать более модно, более эффектно, чем русское, но и потому, что оно несет в себе дополнительные семы и значения.

Присутствие новых иноязычных заимствований (в основном из английского языка) в газетном тексте необходимо для компенсации языковых средств русского языка при обозначении новых реалий и понятий. Использование иноязычных заимствований, имеющих эквиваленты (исконно-русские или другие давно заимствованные слова), оправдывается стремлением к индивидуальности речи, выражению экспрессии и авторской иронии.

Авторские заимствования в современной газете становятся экспрессивными «усилителями» эмоциональности высказывания. Журналистская ирония со скрытой оценкой социальных явлений создает образ автора, подчеркивая индивидуальность его интеллекта, и легко воспринимается читателем. Шутливая ирония способствует облегчению чтения газеты, создает индивидуальный личностно-авторский тон. Утверждаясь под пером журналиста, новые иноязычные слова могут быть подхвачены другими авторами и изданиями, расширив, приспособив свое значение к возникающим новым реалиям (или дав новую номинацию старым).

2.3. Заимствованная лексика в новостных интернет порталах

Первый областной 03.04.2019

Сергей Ковалев может провести следующий бой в Челябинске

По словам Дувы, там уже зарезервирована арена для боя на 1 июня с трансляцией на стриминге ESPN+.

Стриминг (англ. stream – поток) – это потоковое онлайн-вещание.

vc.ru 22.03.2019

Управлять магазином мыловарения, производством блокнотов и SMM-агентством одновременно: опыт основательницы Socialair

Третий этап: заработало SEO, которое мы развивали с первого дня. Ценовая политика на тот момент была чуть ниже рынка, что позволяло получать достаточно лидов для развития.

Лид (англ. lead – вести) – потенциальный клиент.

Бизнес.Ру 02.04.2019

Ozon запустил ребрендинг со сменой логотипа

Стоимость ребрендинга ритейлер не раскрывает. Компания сменила логотип.

Ребрендинг (англ. re-снова, branding) – активная маркетинговая стратегия; включает комплекс мероприятий по изменению бренда (как компании, так и производимого ею товара), либо его составляющих: названия, логотипа, слогана.

74.ru 27.03.2019

Не сравнивайте с Гречкой: школьница из Челябинска собирает на концертах в Москве полные залы

Это Алёна Швец, она из Челябинска. Ей только что исполнилось 18 лет. И это её второй (!) концерт и второй солд-аут.

Солд-аут (англ. sold out – распродано) – это сленговый синоним простого русского аншлага, когда абсолютно все билеты на концертное, театральное или подобное культурное мероприятие проданы.

vc.ru 09.01.2019

Приложение для macOS, которое делает 3D-мокапы за пару минут

Design Camera – это приложение, которое делает 3D-мокапы. Понятно, что то же самое можно сделать более качественно в After Effects или Cinema 4D.

Мокап (англ. mockup – макет) – это макет продукта, который используется дизайнерами для более наглядной демонстрации созданного дизайна.

АвиаПорт.Ru 03.04.2019

«Путешествие дня»: Skyscanner запустил бесплатное расширение для Google Chrome

Google Chrome будет каждый день встречать пользователей новыми «живыми» фотообоями – синемаграммами.

Синемаграмма или синемаграф (англ. cinemagraph = cinema – фильм + photograph – фотография) – фотография, на которой происходят незначительные повторяющиеся движения.

Drom.ru 19.02.2019

В Госдуме предложили штрафовать за использование любых гаджетов за рулем

В России давно запрещено разговаривать по мобильному телефону без специальных устройств, позволяющих вести переговоры без использования рук (различные системы «хэндсфри»).

Хэндс фри (англ. hands free – свободные руки) – система, позволяющая использовать мобильник в авто без рук.

Молодежь Южного Урала 18.03.2019

Школьники осваивают soft-skills

И в этом проекте помогает Российское движение школьников. 16 Марта в образовательном центре №2 Челябинска прошла первая очная встреча коворкинг-сессия «Лови момент».

Soft skills (англ. «мягкие навыки») связаны не с конкретным видом деятельности, а с коммуникациями для эффективного взаимодействия с коллегами, клиентами и партнерами.

Коворкинг (англ. co-working – совместная работа) – подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве.

24СМИ 20.03.2019

Российская группа Pussy Riot выступит на «Вудстоке-50»

Полный лайн-ап доступен на сайте «Вудстока». Впервые о проведении музыкального мероприятия стало известно в начале 2019 года.

Лайн-Ап (англ. line-up – список) – это список увеселительных мероприятий, которые ожидаются в клубе, либо же список артистов и диджеев, которые будут выступать в этот вечер.

Моменты 16.10.18

Люди платили тысячи за статус vip. Как новая концертная площадка погорела на амбициях

На Западе принято продавать пакеты vip-experience, в которые может входить мит-н-грит с артистом в зале отдыха с напитками и закусками, посещение саундчека.

Мит-н-грит (англ. Meet&Greet – встреча и приветствие) – это встреча фанатов с участниками какой-либо группы перед концертом.

Саундчек (англ. sound check – проверка звука) – процесс настройки звукового оборудования и аппаратуры, а также проверка звука перед началом мероприятия.

РИА Новости 26.02.18

Хайпанули на мемах. Как вытесняют русский язык

«Джоб оффер», «эйчар отдел» – слова, которые едва ли кто-то поймет в глубинке, в Москве уже прочно вошли в лексикон.

Джоб оффер (англ. job offer – предложение работы) – документ, который регламентирует отношения работника и работодателя с момента выхода на работу и подписывается раньше, чем трудовой договор. На Западе подписание job offer – общепринятая практика, у нас же этот документ подписывают лишь в немногих компаниях, ориентирующихся на западные стандарты.

Вести.Ru 15.10.18

Камчатский дауншифтинг: все больше молодых семей переезжают из больших городов на Дальний Восток

Харлашины четко расставили приоритеты: свободное время и большая семья важнее карьеры и денег. Сергей Харлашин: "Многие знакомые переехали сюда из города, оставили блага цивилизации, строят дома, работают. Они так называемые дауншифтеры".

Дауншифтер (англ. down и shift – перемещающийся вниз) – человек, живущий в соответствии с философией «жить для себя». Дауншифтеры отказываются от карьеры и навязываемого обществом образа жизни в пользу спокойного размеренного существования, не отягощенного заботами карьерной гонки. Подобные жизненные перемены обычно сопровождаются переездом в более спокойное место.

ТАСС 27.02.2019

Украина второй раз в своей истории пропустит «Евровидение»

«Мы оцениваем голоса, хореографию и музыку, а не идеи артистов вне сцены», – заявил исполнительный супервайзер конкурса Юн Ула Санн.

Супервайзер (англ. «supervisor» – наблюдатель). В США супервайзерами называют администраторов низшего звена любой отрасли. В России это администратор в сетевом маркетинге, контролирующий работу распространителей. Его обязанности: подбор персонала, их информационная и психологическая подготовка, контроль выполняемой работы. Также супервайзеры встречаются в организациях, занимающихся соцопросы.

vc.ru 18.04.2091

Почему объединяются дизайн-заводы «Флакон» и «Хлебозавод» и что будет с ними дальше

При этом это не аутсорсинговые работы, а взаимодействие – наши штатные дизайнеры делают подробный бриф с визуальными набросками...

Бриф (с англ. «brief» – инструкция) – это документ, который составляют заказчик и исполнитель, прописывая ключевые требования к будущему проекту. Создание брифа актуально для любой сферы. Например, интерьерный бриф, бриф-анкета для создания сайта, медиа-бриф (для рекламной кампании), креативный бриф (для создания рекламного продукта), экспертный бриф (для создания нового бренда).

РБК 07.03.2019

Основатель «Копейки» закроет косметическую сеть «Бьютека»

Основатель сети дискаунтеров «Копейка» Александр Самонов закроет свою розничную сеть «Бьютека», в которую инвестировал около 1 млрд руб.

Дискаунтер (англ. discount – скидка) – магазин с достаточно широким ассортиментным рядом, с ценами чуть выше оптовых. Как правило держать невысокие цены позволяет снижение издержек на аренду, клиентское обслуживание, интерьер и т.д. Дискаунтерами также называют авиакомпании – лоукостеры, снижающие цены на билеты за счет сокращения услуг.

РБК 08.03.2019

Ресторатор Александр Раппопорт: «Работаю в любом жанре, кроме скучного»

У нас нет такой практики, поэтому даже при полном букинге могут оставаться пустые места. Правда, сейчас мы работаем в «техническом режиме» и не берем заказов на полный ресторан.

Букинг (англ. book – заказывать) – заказ, бронирование услуги.

74.ru 07.08.18

Пора по пабам: до Челябинска докатилась мода на бар-хоппинг

Сейчас становится популярным бар-хоппинг (англ. bar hopping – прыгающий по барам), то есть посещение за один вечер нескольких баров, – говорит Владимир Фиронов.

Super.ru 06.03.2019

«Никаких толстух»: рэпер Future запретил пускать в клуб полных людей

А ты назвала мое имя. Наоми и ее юристы пытаются выяснить, кто в итоге обязан предоставить девушке извинения, и намерены наказать фэтфобов.

Фэтфоб – человек, который если дословно, то боится (англ. fat – жир, phobia – боязнь), а если точнее, осуждает людей с лишним весом.

Lenta.ru 28.10.18

Простушка с обложки

На смену супермоделям приходят «ноудели» – девушки, далекие от совершенства

Ноудел или nodel – непрофессиональная модель (англ. not a model). Популярный тренд в современном модельном бизнесе, когда для работы

моделями привлекаются колоритные, неформатные или просто люди «обычной» внешности (по сравнению с привычными образами моделей). Демократичность не только в вещах, но и в их подаче.

Super.ru 20.11.18

13 бьюти-новинок, к которым нужно присмотреться в ноябре, чтобы спокойно уйти зимовать

Глайд для губ от NARS. Не знаем, приживется ли слово «глайд» среди бьюти-производителей, но объяснить, что это такое, все же обязаны.

Глайд – вид декоративной косметики для губ, гибрид лаковой помады, тинта и средства для ухода за губами, это что-то невероятно крутое и совмещающее в себе все фишки этих средств. Глайд (от англ. glide – скользить) имеет легкую в нанесении текстуру, при этом пигментирован как тинт.

Super.ru 22.10.18

Самая первая сложность, с которой сталкиваются новички флетлея – это поиск вдохновения! Создать красивую фотографию без него практически невозможно.

Флэтлей (англ. flat – плоскость, lay – лежать) – жанр фотографии, особенно популярный в Инстаграме, когда предметы, лежащие на плоской поверхности, снимаются сверху под углом 90 градусов к этой плоскости. Особенно распространены флэтлей фото еды.

Чемпионат 20.12.18

Обзор арканы на Rubick и ивента Frosthaven

Формат режима знаком и прост: на вашем хайграунде находится новогодняя елка, древнее древо, хранящее в себе дух Холодрыжества.

Хайграунд (англ. high ground) – любая возвышенность на карте, причем получить видимость на ней можно лишь зайдя на неё или поставить вард.

РБК 02.05.2019

В США разрешили продажу IQOS

В антитабачной концепции российского Минздрава электронные сигареты, вейпы и системы IQOS приравнены к обычным сигаретам.

Вейпер – преобразовано от глагола vape (англ. вейп – парить, вдыхать и выдыхать пар). Соответственно, вейпер – человек, курящий только электронные сигареты или похожее на них устройство (электронный парогенератор).

РБК 30.04.2019

Число зараженных кошельков Electrum достигло 152 тысяч

От атак на биткойн-кошелек Electrum пострадали пользователи 152 тысяч аккаунтов, примерные потери составили \$4,6 млн, сообщили специалисты Malwarebytes.

Биткойн, или биткоин. (англ. Bitcoin, от bit – бит и coin – монета) – платёжная система, использующая одноимённую единицу для учёта операций.

РБК 30.04.2019

НТС представит новый блокчейн-смартфон до конца 2019 года

В конце года НТС планирует выпустить блокчейн-смартфон второго поколения. Производители утверждают, что продажи устройства Exodus 1 оправдали ожидания.

Блокчейн (англ. block chain – цепочка блоков) – это децентрализованная база данных, в которой все записи (блоки) связаны между собой с помощью средств криптографии, выстроенная по определённым правилам непрерывная последовательная цепочка блоков (связный список), содержащих информацию. Чаще всего копии цепочек блоков хранятся на множестве разных компьютеров независимо друг от друга.

РБК 30.04.2019

В Квебеке майнеры получают особые условия. Компании пройдут отбор

Новые правила регулирования майнинга внедряют в канадской провинции Квебек. Компании пройдут отбор, все они должны будут соблюдать четыре требования, среди которых предоставление рабочих мест

Майнинг (от англ. mine – шахта, добыча) – процесс создания новых биткоинов, который построен на решении компьютерами сложных математических задач.

РБК 24.10.2018

Маркетплейс «Яндекса» и Сбербанк запланировали войти в топ-3 в России.

Маркетплейс (англ. market place – торговая площадка) – платформа электронной коммерции, онлайн-магазин электронной торговли,

предоставляющий информацию о продукте или услуге третьих лиц, чьи операции обрабатываются оператором маркетплейса.

ТАСС 24.04.2019

Обучение в Акселераторе Социальных Инноваций выиграли 19 стартапов

Работа в Акселераторе продлится в течение двух месяцев. Каждая неделя будет посвящена конкретной теме: коучингу, маркетингу, менеджменту, праву, финансам, инвестициям.

Коучинг (англ. coaching – обучение, тренировки) – метод консультирования и тренинга, отличается от классического тренинга и классического консультирования тем, что коуч не дает советов и жестких рекомендаций, а ищет решения совместно с клиентом.

74.ru 25.02.2019

Оценка каждой представлена по шести критериям: контенту, доступности на различных устройствах и ТВ, наличию услуги «Мультискрин», удобству использования.

Контент (англ. content – содержимое) – это содержимое интернет-страницы или материалы, размещенные на сайте.

Моменты 19.04.2018

Политикам запретили отдавать Instagram в чужие руки. СММщики вынуждены подписывать договор о неразглашении

Потом становится стыдно, берутся удалять посты, а копипаст уже пошел», – резюмирует известный в городе политтехнолог.

Копипаст (англ. copy и paste – копировать и вставить) – это материал, встречающийся на большом количестве интернет-страниц, т.е. неуникальный контент.

РБК 22.01.2019

Согласно обновленным правилам, теперь пользователь, чей контент нарушит правила хостинга, получит предупреждение.

Хостинг – (англ. hosting, от host – хозяин), предоставление удаленным компьютерам (пользователям) части серверного пространства и программного обеспечения в сети Интернет, а также поддержание работоспособности пользовательского сайта.

Lenta.ru 01.03.2019

Покусившейся на хамон мясной компании объявили бойкот

Часть юзеров призвали не покупать продукцию других мясных компаний – «Дымов», «Велком», «Черкизово», «Ремит» и других – которые поддержали эту инициативу.

Юзер (англ. user – пользователь) – термин, обозначающий пользователя какой-либо компьютерной системы

ТАСС 01.05.2019

Началась регистрация участников фестиваля «Таврида – ARTRUSSIA»

Сегодня стартует регистрация участников первого фестиваля творческих комьюнити "Таврида – ARTRUSSIA".

Комьюнити (англ. community – сообщество) – группа людей, объединенных едиными интересами и целью.

vc.ru 25.02.2019

Перевод материала моушн-дизайнера Google в команде Material Design Йонаса Наймарка

Моушн-дизайн (от англ. motion design – дизайн движений) – графика в движении, искусство оживления графики средствами анимации

vc.ru 24.02.2019

Консалтинговая KPMG попросила 5 тысяч россиян оценить сервис компаний, работающих в России. Лидерами по качеству обслуживания стали Samsung и Nike, а в топ-10 вошла только одна отечественная компания – «Аэрофлот»

Консалтинг (англ. consult – консультация) – деятельность по консультированию руководителей, управленцев по широкому кругу вопросов в сфере финансовой, коммерческой, юридической, технологической, технической, экспертной деятельности.

24СМИ 28.04.2019

НТВ запускает шоу «Магия» с ведущим Владимиром Зеленским

Завершается ролик кадрами массового «фейспалма». Между тем, прессе стало известно, что, несмотря на ремарку «новое», шоу было снято еще в 2011 году.

Фейспалм (англ. face – лицо + palm – ладонь) – популярное онлайн – выражение в виде физического жеста. Более широко известная трактовка

выражения: «лицо, закрытое одной рукой», которое является проявлением разочарования, стыда, уныния, раздражения.

РИА Новости 30.04.2019

Более 300 человек прошли обучение в Молодежном центре медиа и коммуникаций

В финальном задании каждая группа должны была снять ток-шоу «Без максимализма» и написать лонгрид на социально значимую тему для молодежи.

Лонгрид (англ. long read – долгое чтение), представляет собой публикацию (статью, обзор), состоящую из большого числа символов, разделенных на подзаголовки и блоки и, содержащую иллюстрации или видео для большей читабельности.

Чемпионат 18.04.2019

Марк Авербух: PUBG Corp отлично показала своё отношение к собственному продукту

Призовой фонд \$ 400 тыс., хороший продакшен, известные киберспортивные тайтлы: Liquid, Cloud9, Envy и т.д. Любопытно, что трансляция на русском языке отсутствует, при этом.

Тайтл (англ. title – название) – это заголовок web-страницы, который размещается в ее начале.

РБК 23.02.2019

Как хардфорк Ethereum повлияет на цену криптовалюты

Изначально апгрейд должен был состояться в октябре 2018 г., однако его перенесли на январь 2019 г. из-за найденных уязвимостей.

Хардфорк (англ. hard fork – жесткая развилка) – это радикальное деление криптовалюты на новые направления, как правило, на две криптовалюты (старую и новую).

Lenta.ru 08.04.2019

Почему школьникам нравится юный рэпер Coldcloud с голосом Жукова из «Руки Вверх!

Песня звучала 15 лет назад из каждого утюга, с весьма жестким техно, которое чаще можно встретить на каких-нибудь рейвах – как в треке ННД с сэмплами из песни «Нас не догонят».

Сэмплинг (англ. sample – образец) – в музыке, использование части одной звукозаписи, сэмпла, в качестве одного инструмента или отдельной части в новой записи.

vc.ru 18.02.2019

Shiftgig – полувиртуальное аутстафф-агентство посменной работы. От ресторанов и заправок стартап принимает заказы в виде «два бармена на вторник и один на четверг».

Аутсорсинг (англ. outer-source-using – использование внешнего источника) – это передача организацией функций, связанных с кадровым делопроизводством, компании-подрядчику, занимающейся подбором и наймом персонала на временной или постоянной основе. Чаще всего такие деловые отношения носят длительный характер.

Аутстаффинг (англ. outstaffing (out – вне, наружу; staff – штат)) – своеобразная аренда работников сторонней компанией, на определенный промежуток времени.

Моменты 02.04.2019

Двадцатилетние – хорошая нажива для рестораторов: «На еду вне дома уходит 1000 рублей в день»

Завтракают в кофейнях, где к напитку можно заказать кашу, сырники или смузи-боул, далее – бизнес-ланч и ужин, который часто доставляют из заведений на дом.

Смузи-боулы (от англ. smoothie – смузи и bowl – чашка) – это, как несложно догадаться, смузи в чашке.

РБК 01.03.2019

#инструктаж: как раскрутить инстаграм-аккаунт

Также важно поддерживать высокую конверсию аккаунта в целом: делать публикации, выставлять истории с голосованиями и вопросами, выходить в прямые эфиры...

Конверсия (англ. convert – превращать) – отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нём какие-либо целевые действия (скрытые или прямые указания рекламодателей, продавцов, создателей контента – покупку, регистрацию, подписку, посещение определённой страницы сайта, переход по рекламной ссылке), к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.

ТАСС 23.04.2019

Глава федерации сноуборда России: Вик Уайлд не планирует завершать карьеру

Слоупстайл и биг-эйр – родственные дисциплины, обычно одни и те же спортсмены выступают в обоих этих видах.

Слоупстайл (англ. slopestyle, от англ. slope – склон (гора для катания) и англ. style – стиль) – тип соревнований по таким видам экстремальным спорта как: фристайл, сноуборд, маунтинбординг, состоящий из выполнения серии акробатических прыжков на трамплинах, пирамидах, контр-уклонах, дропах, перилах и т.д.

Биг-эйр (англ. Big-Air – «большой воздух») – соревнования (или показательные выступления), на которых лыжник или сноубордист разгоняется и прыгает с большого трамплина, выполняя в полёте разные трюки.

vc.ru 22.02.2019

Советы для технического директора: собрать команду, выбрать методологию разработки и не сорвать дедлайны

И наш бэкенд в основном написан на GO. Кельвин Френч-Оуэн технический директор и соучредитель Segment Мою компанию приобрела Niantic – создательница Pokemon Go.

Фронтенд (англ. front-end – внешний интерфейс) – клиентская сторона пользовательского интерфейса к программно-аппаратной части сервиса.

Бэкенд (англ. back-end – фоновый интерфейс) – программно-аппаратная часть сервиса.

Lenta.ru 14.12.18 в 19:47

Госкомпании решили скрыть размах новогодних корпоративов

«Если уж человек вынимает смартфон и начинает снимать фото или видео, то ему делают замечание и просят удалить снятое», – рассказал изданию патимейкер Андрей Князев.

Слово «патимейкер» очевидно происходит от английского «party maker», что в дословном переводе означает «организатор тусовок, вечеринок».

Моменты 17.03.2019

«Сэдбой» – комикс об иммигранте, превращающем преступления в искусство

«Сэдбой» — комикс аргентинского сценариста и художника Берлиака («Торчки из азиатского супермаркета»), рассказывающий об иммигранте с темным прошлым.

Сэдбой (англ. sadboy – грустный мальчик) – представитель молодёжной субкультуры (от 13 до 19 лет). Название происходит от шведской группы Sad Boys, солистом которой является Янг Лин.

РБК 08.03.2019

#инструктаж: как приготовить дома японский чай матча

Правда, в отличие от кофе, матча помогает поддерживать кислотно-щелочной баланс в организме, и потому может быть назван детокс-напитком.

Чай матча. Маття (яп. 抹茶 маття, букв. «растёртый чай») – японский порошок зелёный чай.

Бизнес. ru 27.02.2019

Женщины признались, что их раздражает в работе с мужчинами

В ответ на призыв пользовательницы женщины пожаловались на менсплейнинг и сексизм.

Менсплейнинг (англ. man – мужчина и explain – объяснять). Когда мужчина что-то объясняет женщине, заранее делая скидку на её пол, упрощая формулировки, чтобы ей было понятно. Феминистки (и не только они) считают менсплейнинг одной из форм дискриминации, проявлением сексизма. Буквально это слово переводится с английского «мужские объяснения».

24СМИ 28.04.2019

Харламов сообщил, зачем создал «сериал» из нецензурной цитаты Гусевой

«Отсеялось огромное количество моралфагов, язматерей и инквизиторов», – заявил Харламов.

Моралфаг (англ. moral fag – моральные предметы) – пользователь сети, не понимающий «чёрный, гнильный юмор» в Интернете, также гневно реагирующий на него. Он может находиться на пабликах, вроде «4ch», «MDK», писать неодобрительные комментарии под постами.

Чемпионат 25.12.18

Полезные свойства суперфудов

Сейчас в питании на слуху много новых терминов – джанк-фуд (junk-food или «мусорная» еда), фаст-фуд (fast food или «быстрая» еда).

Джанк фуд (англ. junk – мусор и food – еда) – это «мусорная» еда, высококалорийная пища с большим содержанием жиров и углеводов, но с малым содержанием полезных питательных веществ. Сюда относятся чипсы, бургеры и прочий фаст-фуд.

vc.ru 17.011.18

Почему и как «Медуза» закрыла проект «Атласы»

А еще понадобилось отрисовать новый фавикон! Макет обновленной шапки сайта. Чтобы не затягивать закрытие проекта на долгие месяцы, нужно было заранее прописать все детали.

Фавикон (от англ. favorite icon – любимый значок) – иконка сайта, которая отображается во вкладке браузера рядом с названием сайта, в закладках браузера, в адресной строке. Представляет собой картинку размером 16x16 пикселей, обычно с логотипом сайта.

Вести.ru 19.10.18

Есть вопрос: правда ли шампуни без сульфатов лучше, чем обычные

Наконец, если вы хотите попробовать ковошинг (мытьё головы кондиционером), то вам тоже будет нужна самая мягкая версия.

Ковошинг (англ. conditioner only washing) – это способ мытьё волос с применением только кондиционера, не используя шампунь. Считается, что первыми стали мыть волосы африканские женщины, и что этот способ очень хорошо подходит для кудрявых и сухих волос. При ковошинге происходит не химическое очищение волос, а физическое, поэтому придется приложить немалые усилия, чтобы таким способом вымыть волосы. Для ковошинга используются только кондиционеры без содержания силиконов.

Чемпионат 29.10.18

Еще Olof, который сделал три хедшота на стороне спецназа. Думаю, они могли взять несколько раундов, но все пошло по нашему сценарию.

Хедшот (англ. head – голова, shot – выстрел, то есть выстрел в голову). Термин в компьютерных играх (как правило, экшен-играх), означающий убийство противника одним выстрелом в голову. Хедшот требует от геймера определённого мастерства и меткости, поэтому во многих экшен-играх за хедшот предусмотрены награды и баллы (например, шлем-защита от хедшота).

ТАСС 04.02.2019

ZTE и HNS обнародовали совместный технический доклад «Лучшая архитектура для 5G»

К примеру, путем обеспечения выборочного покрытия 5G в хот-спотах, сосуществования 4G и 5G, внедрения базовой сети 5G в существующих центрах обработки данных.

Хот-спот (от англ. hot spot – горячая точка). Помещение, участок, где можно подключиться к сети Интернет с помощью Wi-Fi. Хот-спот Wi-Fi есть в кафе и ресторанах, развлекательных центрах, магазинах, в метро, вузах, бизнес-центрах, вокзалах и аэропортах. Об этом информируют стикеры «Wi-Fi zone». Достаточно включить Wi-Fi и мобильное устройство найдет и подключиться к ближайшей сети

vc.ru 30.08.18

Накрутка кликов, мобильные фермы и другие способы нажиться на рекламодателях CPA-сетей

По причине низкой эффективности и высокого уровня раздражения часто компании запрещают трафик с кликандеров (от английского click-under).

Кликандер (от англ. click-under – кликать по) – рекламный модуль с контентом рекламодателя, всплывающий при нажатии на любую область сайта (фото, текст, ссылка, пустое место). Кликандер открывается в новой вкладке под активным сайтом и не мешает его просмотру. Реклама в формате кликандер – это большой трафик, низкая стоимость клика, ненавязчивость. Кликандер используют интернет-магазины с широким ассортиментом.

РБК 07.03.2019

Как прошел гастрономический фестиваль Ikra в Сочи

Ikra объединяет сразу несколько целей: здесь и промо Сочи и «Розы Хутор», и популяризация российских шефов на Западе, и масштабный нетворкинг для всех

Нетворкинг (от англ. net – сеть, work – работа) – это процесс, заключающийся в поиске, развитии и поддержании отношений, в которых взаимный обмен информацией и опытом, способствует развитию и достижению успеха вовлеченных в него людей.

ТАСС 27.02.2019

Оплошность «малыша Марко». Кому на самом деле был адресован твит американского сенатора

Привлек внимание и комментарий бывшего спичрайтера и внешнеполитического советника Барака Обамы в аппарате Белого дома Бена Родса.

Спичрайтер (англ. speech writing – написание речи) – специалист, который подготавливает тексты для устных выступлений и речей глав государств, политических и общественных деятелей, чиновников, бизнесменов, знаменитых музыкантов и артистов. Как правило, спичрайтерами работают выпускники журфака и политологии. Речь, подготовленная спичрайтером, помогает создать положительный имидж оратора.

РБК 8.03.2019

Фармацевтов заставили объяснить высокие цены на лекарства. Что с акциями?

Кроме того, вполне может возникнуть вопрос о том, как фармацевты борются с выходом на рынок более дешевых дженериков (аналогов лекарств).

Дженерик (англ. generic – копия) – лекарство-копия, отличающееся от оригинала названием, цветом, формой выпуска, дозировкой, ценой и отсутствием патентной защиты. Состав, активное вещество и эффективность дженериков схожи с оригиналом. Они дешевле и доступнее. Как только заканчивается патентный срок у оригинального препарата, фармацевтические компании приступают к производству их копий.

Первый областной 27.02.2019

Биржи удаленной работы: заработок в интернете

Некоторые сайты специально создаются только для привлечения рефералов, в том числе и на мошеннические проекты.

Реферал (англ. referral – ссылочный) – это пользователь, который попадает на сайт спонсора по партнерской ссылке и регистрируется для

дальнейших действий. Партнерская ссылка называется реферальной. Реферальная система может быть многоуровневой, когда одни рефералы приводят других – косвенных рефералов. Каждый новый реферал приносит баллы, очки или реальные деньги тем, кто стоит выше него.

РИА Новости 20.02.2019

В Москве пройдет XVI выставка-ярмарка «Атмосфера творчества»

Традиционно на выставке будут представлены изделия в технике скрапбукинг и квиллинг, авторские украшения и фурнитура для бижутерии, керамические сувениры.

Скрапбукинг (англ. scrap – вырезка и book – книга) – весьма распространенный вид рукоделия, создание оригинальных альбомов для семейной истории и фотографий. В процессе создания альбома использоваться могут практически любые мыслимые и немыслимые материалы: от привычных (бумага, краски, тесто, ткань, кожа, нити и пр.) до оригинальных (стекло, сушеные растения, глина).

РБК 30.04.2019

Технологии, которые стали частью нашей жизни

Статичная картинка оживет и порадует ваше воображение. Однако дополненная реальность хороша не только в сфере эртертейнмента.

Эртертеймент (англ. entertainment – развлечение) – глобальная кино-теле- и видеоконпьютерная продукция развлекательного характера невысокого качества.

ТАСС 30.04.2019

Форум новых решений U-NOVUS пройдет в Томске 15-17 мая

«U-NOVUS – 2019» пройдет 15-17 мая в Томске. Основной формат форума - серия технологических воркшопов крупных компаний

Воркшоп (англ. workshop – мастерская, цех) – актуальный формат занятий для современной молодежи и не только для нее. В отличие от не менее модных тренингов, семинаров и мастер-классов, воркшоп не ставит в центр фигуру ведущего, учителя, преподавателя или мастера. Здесь все равны и все учат друг друга.

Таким образом, наибольшая доля заимствований наблюдается в новостных интернет-порталах (70 заимствований – 36%), так как интернет быстрее реагирует на происходящие в жизни общества изменения. Статистический анализ показал, что на сайтах для молодёжи, по сравнению с информационно-развлекательными сайтами для представителей старших возрастных групп, наблюдается большой процент заимствований для обозначения блоков информации на страницах. Это объясняется тем, что молодое поколение в целом свободнее владеет английским языком и в большей степени подвергается экспансии англоязычной культуры.

По итогам нашей работы можем констатировать, что в последние годы заимствование Интернет-лексики обусловлено изменением общественно-культурных условий, заимствованием или актуализацией новых слов, для которых в русском языке либо нет адекватных обозначений, либо существующие обозначения по тем или иным причинам (громоздкость, неудобство в произношении) не устраивают носителей языка.

2.4. Заимствованная лексика на телевидении

Матч ТВ 30.03.2019

Сага об отмененной шайбе СКА, история спартаковца из Аргентины и новый соперник Дацюка. Топ-тексты за 29 марта

Наш традиционный дайджест главных материалов дня. «По хоккейным понятиям – это чистый гол».

Дайджест (англ. digest – краткое изложение) – это краткий обзор

Первый канал 15.03.2019

Кассовые сборы отечественных фильмов в 2018 году составили 14 миллиардов рублей

А еще предложили ввести своего рода кино-такс-фри – возврат государством доли от потраченных денег, чтобы съемки в России стали еще более привлекательными.

Такс-фри (англ. без сборов) – система возврата суммы налога на добавленную стоимость (НДС).

РБК 01.04.2019

Авторские путешествия, туры и круизы: как подарить впечатления

Кроме активного отдыха в программе русская баня, рыбалка и гастрономические вечера в центральном куполе с лаундж-зоной.

Лаундж зона (англ. lounge – комната для отдыха) – это зона, созданная для отдыха и релаксации, пространство, где человек может получить максимальное ощущение покоя.

Дождь 03.10.18

Новые выборы для Собчак: почему она собирается идти в губернаторы Петербурга

Если пойдет в какой-то форме Алексей Навальный, это здорово. Гудков – здорово, Кац – здорово, не так много у нас выбора, поэтому буду любого из этих людей с удовольствием поддерживать. Или любого ноунейма, который сейчас появится.

Ноунейм (англ. no name - нет имени) – это человек, которого никто не знает.

Москва 24 27.03.2019

Премьер Польши выступил против закона об авторском праве в Сети. Нововведения коснутся и сниппетов – частей различных публикаций, которые видны при размещении ссылок в поисковиках или соцсетях.

Сниппет (англ. snippet – отрывок, фрагмент) – это информационный блок, который выводится рядом со ссылкой в поисковой выдаче.

НТВ 04.04.2019

Больной раком художник пытается продать комнату в коммуналке за 4 млн рублей

Он, говорит, умные мысли на стенах оставлял еще до того, как это стало мейнстримом в Интернете. Давидович – писатель, художник и афорист, а это – его музей.

Мейнстрим (англ. main stream – основное течение) – преобладающее направление в какой-либо области (научной, культурной и др.) для определённого отрезка времени.

Пятый канал 04.02.2019

Произнесенные мысли материализуются – Жиган о планах Децла инсценировать смерть

Он был именно тем фрэшменом тогда, который дал новый глоток воздуха хип-хопу. До него были ребята, но Децл первый, кто начал продавать миллионные копии альбомов.

Фрэшмен (от англ. fresh man – свежий человек) – перспективный артист, который вносит что-то абсолютно новое.

Москва24 07.04.2019

Что такое «декретная» психотерапия и почему она абсолютно необходима

Потому что поход за продуктами с детьми – это опять про этот чертов мультитаскинг (многозадачность, другим словом). А она устала именно от нее.

Мультитаскинг – (от лат. multi– много, и англ. task – задача) - умение одновременно заниматься несколькими вещами.

Телеканал 360° 07.03.2019

Calvin Klein ушел из высокой моды

Но теперь новому топ-менеджеру придется заниматься дизайном всех вещей и тесно сотрудничать с командами мерчендайзеров всех категорий продуктов...

Мерчендайзер (от англ. merchandiser– торговец) – торговый специалист, занимающийся продвижением продукции конкретных производителей (часто представитель компании-производителя). Проверяет

наличие товара в торговых точках, занимается выкладкой продукции, отвечает за наличие сопутствующей информации (промоакции, скидки).

Матч ТВ 08.03.2019

Летел в Красноярск три дня, занял последнее место и все равно стал героем. Интервью бразильского фигуриста Руана Оливейра

Бразильцу вместе с его командой пришлось быстро осваиваться в статусе главных ньюсмейкеров.

Ньюсмейкер – человек, который вольно или невольно выступает в роли источника новостей. Неологизм широко распространен в средствах массовой информации. Происходит от англ. news – новости и maker – тот, кто что-то делает. В качестве ньюсмейкеров часто выступают селебрити, политики, официальные представители госорганов и крупных корпораций.

НТВ 22.03.2019

Уральский магазин избежал штрафа за бесплатную просрочку

Но все закончилось, когда о благотворительной акции узнал Роспотребнадзор. Магазины стали грозить штрафом, потому что по закону бесплатная раздача – это тоже реализация товара. В Европе раздачей продуктов, у которых заканчивается срок годности, занимаются официально, и называется это «фудшеринг».

Фудшеринг (англ. food – еда и sharing – делиться) – движение, набирающее силу во всем мире, в основе которого идея рационального использования продуктов питания. Адепты фудшеринга выступают за то, чтобы продукты еще годные к употреблению не выкидывались, а отдавались тем, кто в них нуждается. Обычно организуются небольшие

пункты приема-раздачи, где каждый желающий может взять то, что ему нужно.

Дождь 03.04.2019

Я слишком токсичный для того, чтобы админресурс Ксении помогал»: Дмитрий Гудков о проблемах в «Партии перемен»

Каких-то больших денег нет, а если, например, случается, происходят выборы, как, например, будут в Московскую городскую думу, это все отдельные бюджеты. На это мы будем собирать деньги путем фандрайзинга, как мы это делали на муниципальных выборах. Поэтому что у нас происходит?

Фандрайзинг (от англ. fund – ресурсы, raise – сбор) – поиск и привлечение внешних ресурсов: финансовых, юридических, человеческих, маркетинговых для реализации конкретного проекта (проектный) или внутренней деятельности компании (оперативный). Внутренний фандрайзинг осуществляется силами штатных менеджеров, внешний – профессионалами в области фандрайзинга.

Москва 24 28.02.2029

Масленица, «Юморист», Пепперштейн: выходные в Москве

Естественно, традиционная глиттер-станция тоже будет: всех желающих будут посыпать блестками и обклеивать стразами.

Глиттер (англ. glitter – блестеть, сверкать) – разноцветные декоративные, мелко нарубленные и рассыпчатые блёстки.

Телеканал 360° 05.03.2019

Болельщик из Красноярска продал отобранную клюшку канадского хоккеиста

Согласно последнему апдейту объявления: клюшка ушла в частную коллекцию. «Канада – вы лучшие, после русских конечно же», – написал автор объявления.

Апдейт – обновление к какой-либо программе, игре, системе, сайту. Происходит путем транслитерации английского слова «update» – обновление.

Телеканал 360° 24.04.2019

«Россия и КНДР вместе надавят на США». Что написали зарубежные СМИ о визите Ким Чен Ына в РФ

Он считает, что администрация Трампа не хочет поэтапного подхода к денуклеаризации, на который согласна КНДР ABC News в своем материале написали о «вишлисте Кима».

Вишлист – транслит английского wish list, что переводится как «список желанного», «список желаний». В вишлисте могут быть перечислены вещи, которыми человек хочет обзавестись, или действия, которые он хотел бы совершить. Когда в вишлисте перечислены вещи, он может быть использован в качестве подсказки для друзей и родных при выборе подарка. Вишлист действий, типа хочу научиться плавать, или хочу зарабатывать больше – это мотиватор для самого автора. Вишлисты публикуют на специальных сайтах или в блогах.

РЕН ТВ 12.06.2018

Ученые рассказали об опасности, кроющейся в популярной игрушке спиннер.

Спиннер (англ. spin – кружение, верчение, крутить(ся), вертеть(ся), описывать круги) – развлекательная вращающаяся игрушка/

Москва 24 23.10.18

В Москве начинается Неделя моды «Сделано в России»

Во вторник, 23 октября, в Москве стартует Неделя моды «Сделано в России». Десятки отечественных дизайнеров покажут публике тренды и самые модные луки.

Лук (англ. look – образ) – это определённый комплект одежды, образ.

Тренд (англ. trend – тенденция, направление) – общая модная тенденция сезона, которая прослеживается в коллекциях разных дизайнеров.

Телеканал 360° 25.04.2019

ГК «Главстрой» подвел итоги продаж в первом в России интернет-магазине недвижимости ЖК Balance

Программную реализацию интернет-проекта Balance осуществило диджитал-агентство D'TERRA.

Диджитал-агентство (англ. digital – цифровой) – это группа единомышленников-профессионалов, способных предоставить клиенту экспертную оценку и реализацию идей в области сайтостроения, креатива, стратегии, рекламной кампании.

Пятый канал 22.03.2019

ГТА в суде, мобильный Call of Duty и взлом Sekiro – игровые новости на Пятом

Геймдев против Valve – «Sekiro: Shadows Die Twice» взломана за сутки до релиза. Кажется, защита «Denuvo» уже совсем не защита.

Геймдев (англ. «game development») – разработка игр.

Пятый канал 21.02.2019

Лайфхак: как сделать обувь непромокаемой

Лайфхак (англ. life hacking) на сленге означает «хитрости жизни», «народную мудрость» или полезный совет, помогающий решать бытовые проблемы, экономя тем самым время.

ТК Звезда 03.11.18

Специалисты добавили, что метод приготовления напитка «колд брью» (англ. cold-brew – холодная варка), при котором зерна завариваются на протяжении долгого времени в холодной воде, не дает столь же хорошего результата, как приготовление напитка классическим способом.

Пятый канал 21.04.2019

5-tv.ru публикует видео попытки итальянца перепрыгнуть разводящийся мост в Петербурге

На кадрах видно, как машина каршеринга несется к поднимающейся створке переправы. Затем иномарка исчезает из поля видимости.

Каршеринг (англ. carsharing, состоит из car (автомобиль) и sharing (совместное пользование)) – это, по сути, аренда автомобиля, но с одним

существенным отличием. Пользуясь этой услугой, вы платите за использование автомобиля поминутно.

Матч ТВ 02.05.2019

Полузащитник «Витесса» Эдегор назван лучшим игроком чемпионата Нидерландов в апреле

Мартин также был лучшим в Нидерландах в апреле по числу попыток дриблинга (58) и созданных голевых шансов (18).

Дриблинг (англ. dribble – вести мяч) – в ряде видов спорта манёвр с мячом, смысл которого состоит в продвижении игрока мимо защитника, регламентированного правилами, при сохранении мяча у себя.

НТВ 15.03.2019

НТВ запускает стикеры «Ты супер!» в «Одноклассниках»

Напомним, что все выступления участников «Ты супер!» можно будет увидеть и обсудить в официальной группе проекта. Брендированный стикерпак призван стать важным атрибутом

Стикер пак (англ. sticker – стикер, наклейка, pack – пакет, упаковка) – это набор стикеров.

РЕН ТВ 23.03.2019

Депутату Госдумы от КПРФ грозит субсидиарная ответственность

По состоянию на 1 марта 2019 года у «Лидер Групп» 727 тысяч квадратных метров жилья – это 15-е место в списке крупнейших девелоперов России.

Девелопмент (англ. development – развитие, расширение, рост) – это предпринимательская деятельность, связанная с получением прибыли от создания новых объектов коммерческой недвижимости.

Матч ТВ 01.03.2019

«Ливерпуль» играл не хуже «Барсы», но Месси и Суарес просто киллеры. Голы, лучшие моменты и реакция соцсетей

Обо всем этом и не только – в новом выпуске подкаста «Звуки футбола» «Левой ногой он может почистить апельсин, а правой даже не попадет по нему».

Подкаст (англ. iPod и broadcast) – звуковой или видеофайл, который распространяется бесплатно через интернет для массового прослушивания или просмотра

ТК Звезда 9.03.2019

Танец в небе: невероятное северное сияние в Мурманске сняли на видео

С помощью функции таймлапс северное сияние сняли на видео. На кадрах видно, как верхние слои атмосферы взаимодействуют с частицами света.

Таймлапс – от английского time lapse – «промежуток времени». Это видеоролик, сделанный из кадров, снятых через определенные промежутки времени. Таймлапсы особенно эффектны, когда демонстрируют медленные процессы или процессы, растянутые во времени, например, можно снимать закат солнца весь вечер через определенные промежутки времени, а потом смонтировать из этих кадров короткое зрелищное видео.

РЕН ТВ 01.03.2019

«Они прекрасны»: в Британии восхитились участницами конкурса «Краса Росгвардии»

«Русские женщины прекрасны. Они не пропагандируют ожирение, называя это бодипозитивом, как мы», – пишут в комментариях.

Бодипозитив (англ. *body positive*), также применяется название бодипозитивизм – общественное движение под лозунгом "Моё тело – моё дело". Сторонники этого движения отстаивают свое право быть такими, какие они есть, в том числе это относится к принятию обществом людей с лишним весом, права принимать решение об абортах, отрицанию навязанных стандартов красоты, борьбе с неприятием отсутствия эпиляции на женском теле и пр.

ТК Звезда 08.03.2019

Легендарный боевик «Час пик» перезапустят с полностью женским составом

Вслед за женским вариантом «Охотников за привидениями», грядущим женским спин-оффом «Форсажей» будет комедийный боевик «Час пик».

Спин-офф (англ. *spin-off* – раскручиваться) – произведение искусства (фильм, мультфильм, книга, спектакль, видеоигра) где разворачиваются события с героями, которые были второстепенными персонажами в ранее изданных произведениях. Сюжетная линия спин-оффов является ответвлением от основной тематики предыдущей картины. Спин-офф может быть сиквелом, мидквелом, приквелом или интерквелом по отношению к оригиналу.

Москва 24 06.10.18

Читинг, пампинг и т.д.: основы фитнес-сленга для новичков

Пампинг Отличный метод для работы над рельефом мышц. От английского, pump – насос, то есть ваша задача – за подход "накачать" как можно больше крови в рабочую мышцу.

Пампинг (англ. pumping – накачка) – техника накачивания рельефных мышц путем многократного повторения одного и того же движения. В результате большого количества повторений мышцы наливаются кровью и увеличиваются в размерах. Виды пампинга: продуктивный (физическая нагрузка), косметический пампинг перед соревнованиями (с помощью углеводов), фармакологический (прием добавок и спортивное питание).

Телеканал 360° 27.03.2019

Дом из ужастика напугал австралийского автора комиксов. Он транслировал в Сеть странные звуки

Том, который вел текстовую трансляцию своих приключений, решил показать подписчикам, как выглядит тот «криповый домишко», который он снял.

Криповый (англ. creepy – жуткий) – это что-то чрезвычайно жуткое для восприятия нормального человека.

Телеканал ОТВ 27.02.2019

Назло зиме: газон «Екатеринбург Арены» готов к матчу «Урал – Зенит»

Так, накануне гринкиперы частично открывали поле для проветривания и полива. Вдобавок, на бровках футбольного поля продолжается подсев семян.

Гринкипер (англ. green – зелень, трава и kirper – держатель, хранитель) – специалист по уходу за спортивным газоном для игры в гольф.

НТВ 03.05.2019

Муж доктора Лизы поражен сходством Чулпан Хаматовой с женой

Мы не снимаем документальный фильм, байопик, это мне точно неинтересно. Мне интересно просто показать этот азарт, почему человек помогает другому человеку.

Байопик (англ. biographical picture – биографическая картина) – биографическое кино о жизни замечательного человека.

Таким образом, оказалось, что новости бьют все рекорды по заимствованным словам. Это можно объяснить тем, что в новостях говорят обо всем: о политике, о спорте, о новых технологиях и т.п. Именно в этих сферах встречается огромное количество слов. Реклама занимает второе место. Это объясняется тем, что зрителям внедряют новые вещи, новые технологии, профессии. В художественных фильмах и в детских передачах практически не встречаются новые заимствования. Это происходит из-за того, что в фильмах речь героев простая, бытовая, а не деловая, как в новостях. А в детских передачах тоже речь упрощена для того, чтобы она была понятна для детей. Так, ряд журналистов и политиков, стремясь приукрасить свои устные и письменные выступления, используют много ненужных иноязычных слов: лук (вместо образ), апдейт (вместо обновление) и т.п.

Не для кого не секрет, что СМИ являются мощной пропагандирующей силой. Использование заимствований в речи известными людьми и ведущими молодежных и развлекательных программ ведет к их популяризации и дальнейшему проникновению в массы.

Выводы по 2 главе

На основе проделанной практической работы мы убедились, что заимствования характерны для различных каналов СМИ. Наибольшая доля заимствований наблюдается в новостных интернет-порталах (70 заимствований – 36%), так как интернет быстрее реагирует на происходящие в жизни общества изменения. Статистический анализ показал, что на сайтах для молодёжи, по сравнению с информационно-развлекательными сайтами для представителей старших возрастных групп, наблюдается большой процент заимствований для обозначения блоков информации на страницах. Это объясняется тем, что молодое поколение в целом свободнее владеет английским языком и в большей степени подвергается экспансии англоязычной культуры.

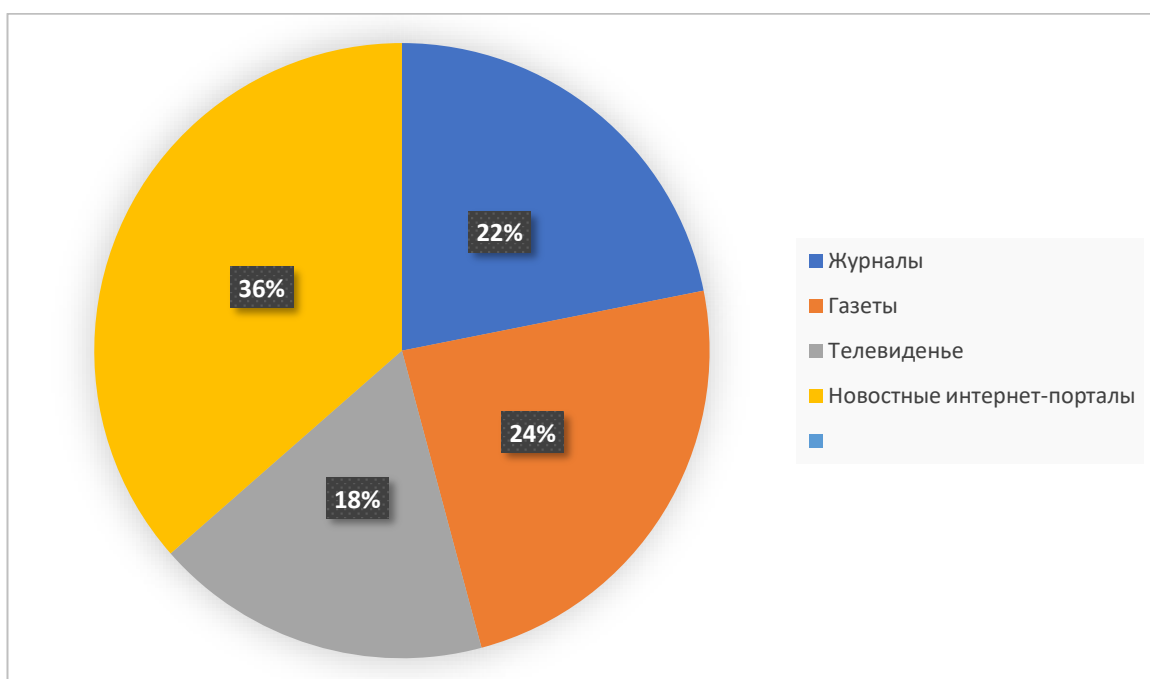


Рис.1. Заимствования в различных каналах медиадискурса

В газетах мы выявили 46 заимствований (23%), а в журналах 42 (21%). Прессу, как один из основных источников, передающих лексику из одного языка в другой, отмечал еще О. Вайде. Наибольшее количество

заимствованных слов наблюдается в газетных и журнальных статьях, посвящённых спорту, искусству, моде, политике, экономике.

На долю телевидения также приходится немалая доля заимствований. На телевидении нами было выявлено 34 заимствования (17%). Такие социальные группы носителей языка, как журналисты, спортивные комментаторы и репортеры, артисты, своей речевой практикой способствуют проникновению в русский язык иноязычных слов, относящихся к таким тематическим группам, как политика, искусство, спорт, дипломатия, мода, развлечения и др.

На основании приведённых исследований мы смогли сделать вывод о том, что наибольшее число заимствований принадлежит тематической группе «Интернет технологии» и составляет 18% от общего числа заимствований в исследуемых тематических группах. Например, кибербуллинг, сёрчить, юзер, стриминг и др.

Также 18% от общего числа заимствований принадлежит тематической группе «Бизнес»: аутсорсинг, ритейлер, фудшеринг, каршеринг.

Третья группа по числу заимствований в русском языке – другие сферы жизни (в эту группу входят гастрономия и др.) – 17%. Например, джанк-фуд, мейнстрим, эйджизм и др.

Четвертая сфера по числу заимствований – искусство (16%). Например, солд-аут, спин-офф, синемаграмма, моушн-дизайн.

В пятую группу вошли заимствования из области профессии и виды деятельности: дауншифтер, спичрайтер, ноунейм, микроинфлюенсер.

Шестую тематическую группу формируют заимствования, относящиеся к сфере «мода» (13%): оверсайз, фейсбилдинг, лукбук, бьюти бокс.

В седьмую группу вошли заимствования из области спорта: ховерборд, дриблинг, плоггинг.

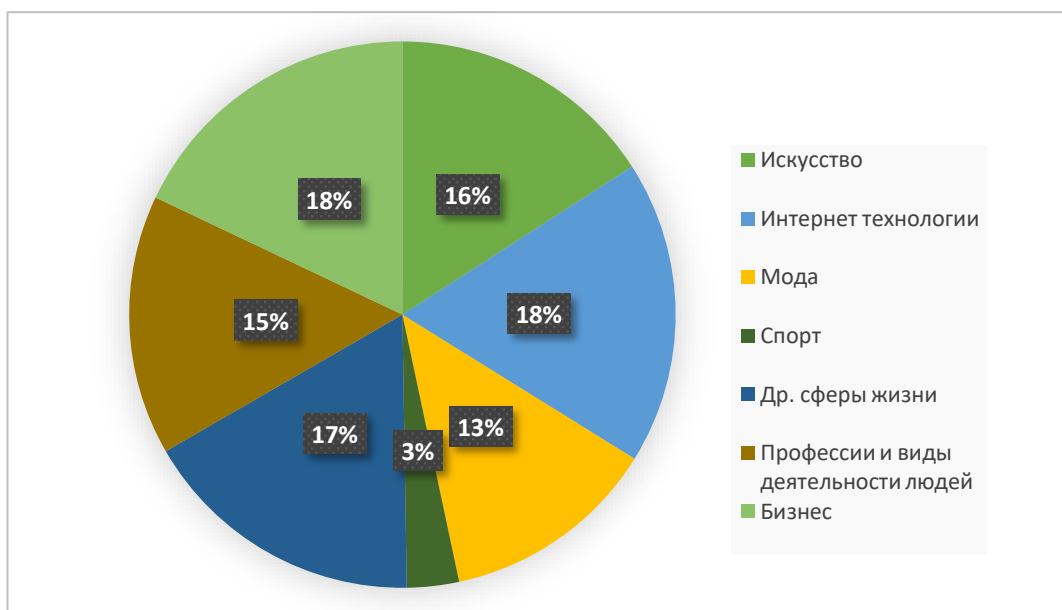


Рис.2. Употребление заимствованной лексики в различных сферах

Таким образом, на основании приведенных данных мы можем проследить тенденцию заимствования в различных тематических группах. Самый большой процент иноязычной лексики принадлежит группе «Интернет и технологии», что говорит о применении достижений научно-технического прогресса в России. И это закономерно, поскольку с появлением высоких технологий и их дальнейшем развитием в русский язык хлынул огромный поток слов, обозначающих новые явления. Кроме того, высокие технологии стали средством проникновения иноязычных слов в нашу речь.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью исследования нашей работы являлось изучение и анализ новейших заимствований в медиадискурсе и выявление их роли. Изучив материалы научных исследований, под медиадискурсом мы понимали институциональный тип дискурса, реализуемый в массмедийном пространстве. В первой главе работы были проанализированы теоретические вопросы исследования и было определено, что медиадискурс функционирует в сфере массовой коммуникации и что медиатексты, реализуемые в медиадискурсе, подчинены следующей цели - оказывать воздействие на адресата.

На теоретические положения 1 главы мы опирались в дальнейшем практическом анализе. Нами было проанализировано 195 заимствований. На основе проделанной практической работы мы убедились, что заимствования характерны для различных каналов СМИ (газеты, журналы, телевиденье, новостные интернет-порталы).

Нами были выделены основные причины англоязычных заимствований в современном русском языке: появление новых понятий и реалий в общественно-политической жизни страны, появление новых слов, которые и раньше существовали в жизни общества, но не имели нужного обозначения, появление новых слов, обозначаемых раньше при помощи словосочетания, влияние моды на иностранные слова.

Были выявлены также основные способы проникновения иноязычных заимствований в русский язык. Употребление англицизма в речи авторитетного лица или в средствах массовой информации может стать толчком к его ассимиляции в русской речи.

В ходе выполнения основных задач исследования был сделан ряд наблюдений:

1. при составлении картотеки заимствований нами было определено, что заимствованные слова чаще всего встречаются в новостных интернет-порталах (36%), на втором месте – газеты (24%), на третьем – журналы (22%), на четвертом – телевиденье (18%). Такое большое количество заимствований в интернете объясняется быстрой реакцией всемирной информационной сети на общественные изменения;

2. проанализировав заимствования с точки зрения происхождения, мы определили, что именно из английского языка в XXI веке проникает большая часть заимствованных слов. Также мы выявили, что большая доля заимствований встречается в новостях. Это объясняется тем, что не всегда для новых реалий и понятий можно подобрать русский эквивалент. Заимствованное слово может звучать более эффектно, чем русское. Это объясняет использование журналистами заимствованных слов, так как они стремятся к индивидуальности и экспрессивности речи;

3. при анализе заимствованных слов с точки зрения их уместности и необходимости мы пришли к выводу, что необходимо критически относиться к заимствованиям. Проведенный нами анализ показал: в СМИ встречаются обоснованные и необоснованные заимствования. К некоторым заимствованным словам нельзя подобрать русский аналог, поэтому их использование мы не можем избежать. Но погоня за модой часто приводит к тому, что читатель или слушатель просто не понимает значения слов. Мы можем употреблять заимствованную лексику в речи, но не стоит злоупотреблять ей, ведь на многие заимствования можно подобрать русский эквивалент;

4. нами была создана методическая часть дипломной работы, которой можно воспользоваться на дополнительных уроках по русскому языку, для выполнения проектов и рефератов, ведь проблема заимствований в эпоху глобализации особо актуальна. Ученики смогут узнать значение

неизвестных им слов. Они станут критически относиться к тому, что говорят, научатся заменять иностранные слова русскими эквивалентами;

При рассмотрении тематики новейших иноязычных слов в лексике русского языка представляется чрезвычайно важным выделить и лексико-семантические области их употребления. Из приведённых исследований мы можем говорить том, что наибольшее число заимствований принадлежит тематическим группам «Интернет технологии» (18%) и «Бизнес»: аутсорсинг, ритейлер, фудшеринг, каршеринг. Это закономерно в условиях информационного общества. Это связано с прогрессивным развитием данных сфер. Русский язык часто именно в этих тематических группах не имеет собственного эквивалента, так как опыт США как мирового лидера в сфере инноваций и бизнеса заимствуется другими странами. Также довольно много заимствований в таких сферах, как искусство (16%), профессии и виды деятельности (15%), мода (13%), спорт (3%). Появление большого количества заимствованных слов в данных сферах, их быстрое закрепление в русском языке объясняется стремительными переменами в общественной жизни. Усиление информационных потоков, появление глобальной компьютерной системы Интернета, расширение межгосударственных и международных отношений, развитие мирового рынка, экономики, информационных технологий, участие в международных фестивалях, показах мод – все это не могло не привести к вхождению в русский язык новых слов. Также мы можем говорить о том, что в медиатекстах, адресованных молодежи, больше заимствованной лексики, чем в медиатекстах, предназначенных старшему поколению. Это связано с тем, что молодое поколение свободнее владеет английским языком, а именно на долю этого языка приходится большая часть заимствований. Можно сделать вывод, что тема заимствований стала более актуальной в связи с нарастанием темпов глобализации, которая влечет за собой не только социальные перемены в жизни общества, но и лексические изменения в языке.

Перспективы исследования данной темы заключаются в том, что в русский язык продолжает проникать бесконечный поток заимствованной лексики, который необходимо анализировать и систематизировать.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Апресян В.Ю. Имплицитная агрессия в языке / В.Ю. Апресян. – М.: Наука, 2003. – 135 с.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс / Н.Д. Арутюнова // Большой энциклопедический словарь. Языкознание. – М., 1998. – 137 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с
4. Безменова Н.А. Теория и практика риторики массовой коммуникации: (научно–аналитич. обзор) / Н.А. Безменова. – М.: ИНИОН, 1989. – 38с.
5. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – Серия: Практическая журналистика. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 153 с.
6. Болдырев Н.Н. Когнитивные механизмы морфологической репрезентации в языке / Н.Н. Болдырев. – Известия РАН. – Серия литературы и языка. – 2007, т. 66. – №1. – С. 3-10.
7. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы / М.А. Брейтер. – Владивосток: изд-во «Диалог», 1975 – 179 с.
8. Володина М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / М.Н. Володина. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 181 с.
9. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 140 с.
10. Глинских Г.В. Введение в языкознание: Учебник / Г.В. Глинских, О.В. Петрова. – Н.Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова, 1998. – 252 с.
11. Граудина Л.К. О процессе интеграции языковедческих дисциплин культуры речи и риторики / Л.К. Граудина. – М.: Научный мир, 1999. – 267с.

12. Гройс, Б. Под подозрением. Феноменология медиа / Б. Гройс. – М.: Художественный журнал. – 2006. – 199 с.
13. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова. – М.: Добросвет, КДУ, 2011. – 232 с.
14. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк / Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
15. Дискурсивное пространство современного мира: Монография / Е.В. Бобырева, И.В. Палашевская, Ю.В. Погребняк, А.М. Морозова, Е.А. Курченкова. – Saint-Louis, MO, USA: Publishing House Science and Innovation Center, 2014. – 150 с.
16. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (современная английская медиаречь): учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2014. – 264 с.
17. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкозн. РАН. – 2004. – 44 с.
18. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
19. Зарезина С.Н. Устойчивые личностные смыслы в аспекте межкультурной коммуникации / С.Н. Зарезина. – Иркутск, 2004. – 236с.
20. Засурский Я.Н. Колонка редактора: медиатекст в контексте конвергенции // Вестник МГОУ. Серия 10: Журналистика – 2005. – № 2. – С. 3-6.
21. Зильберт Б.А. Проблемы классификации текстов массовой информации / Б.А. Зильберт // Известия РАН. Сер. лит-ры и языка. – 1986. – Т. 45. – № 1. – 201 с.

22. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик. – Волгоград, 2000. – 28 с.
23. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
24. Кибрик А.А. Дискурсивная таксономия и медийный дискурс / А.А. Кибрик. – М.: Академический проспект, 2011. – 101 с.
25. Клушина Н. И. Трансформация стилистических и типологических характеристик российского медиадискурса новейшего времени / Н. И. Клушина // Экология языка и коммуникативная практика. – 2013. - № 1. – С. 98-107.
26. Кожемякин Е.А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2010. – Т. 6. – № 12. – С. 13-21.
27. Комина Н.А. Анализ дискурса в интеракционной социолингвистике / Н.А. Комина // Лингвистический вестник. – 1999. – Вып. 1. Режим доступа: http://www.teneta.ru/rus/ke/komina_n_analiz_diskursa.html (дата обращения 21.02.2019).
28. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность / В.В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 375 с.
29. Кузьмина Н.А. Современный медиатекст / Н.А. Кузьмина. – Омск, 2011. – 414 с.
30. Куликова Л.В. Коммуникативный стиль в межкультурном общении: монография / Л.В. Куликова. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 288 с.
31. Лебедько М.Г. Топикализация дискурса о России в журнале «Time» / М.Г. Лебедько // Культурно-языковые контакты: сб. науч. тр. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – Вып. 13. – С.16-30.
32. Макаров М.Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М.Л. Макаров. – Тверь: Изд-во Твер. гос. унта, 1998. – 200 с.

33. Меграбова Э.Г. Вербализация образа России в масс-медийном дискурсе Запада и Востока / Э.Г. Меграбова, М.Г. Лебедько, З.Г. Прошина и др. // Культурно-языковые контакты: сб. науч. тр. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. – Вып. 13. – С. 30-54.
34. Мейе А. Сравнительный метод в историческом языкознании / А. Мейе. – М.: УРСС, 2004. – 104 с.
35. Менджерицкая Е.О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса / Е.О. Менджерицкая // Вестник. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2006. – № 2. – С. 50-55.
36. Миронова Н.Н. Дискурс-анализ оценочной семантики / Н.Н. Миронова. – М.: Тезаурус, 1997. – 158 с.
37. Москаленко Е.С. Личностный нарратив как когнитивный принцип организации массмедийного дискурса / Е.С. Москаленко // Вестник Иркутского Государственного Лингвистического Университета сер. Филология. – Иркутск, 2009. – №1. – С. 175-181.
38. Мрочко Л.В. Теория и практика массовой информации: учеб. Пособие / Л.В. Мрочко. – М.: Флинта: МПСИ, 2006. – 240 с.
39. Олешков М.Ю. Педагогический дискурс: учеб. пособие / М.Ю. Олешков. – Нижний Тагил: Нижнетагильская государственная социальнопедагогическая академия, 2012. – 310 с.
40. Оломская Н.Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. Серия: Филология. – 2013. – № 5. – С. 250-259.
41. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса: монография [Текст] / А.В. Олянич. – Волгоград: Парадигма, 2004. – 507 с.
42. Панченко Н.Н. Лингвистическая реализация комического в английском новостном дискурсе / Н.Н. Панченко. – Иркутск, 2005. – 206 с.
43. Плотникова С.Н. Корпоративность при выражении мнения в массмедийных текстах / С.Н. Плотникова. Политический дискурс в

- России – 6: Материалы постоянно действующего семинара (Москва, 7 ноября 2002 года) / Под ред. В.Н. Базылева, В.Г. Красильниковой. – М.: МАКС Пресс, 2002. – С. 70-72.
- 44.Потебня А.А. Полное собрание трудов / А.А. Потебня. – М.: Лабиринт, 1999. – 300 с.
- 45.Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. – 352 с.
- 46.Реформатский А.А. Введение в языковедение : учебник / А.А. Реформатский. – Издание 5-е, исправленное. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 536 с.
- 47.Рождественский Ю.В. Теория риторики: учеб. пособие / под ред. В.И. Аннушкина и Ю.В. Рождественского. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 512 с.
- 48.Серебренникова Е.Ф. Интернет-дискурс: к проблеме семиотики значимых параметров лингвистического анализа [Электронный ресурс] / Е.Ф. Серебренникова // Magister Dixit: электронный научно-педагогический журнал Восточной Сибири, 2011. – №2. – Режим доступа: URL: http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/statya_serebrennikova_ef_0.pdf (дата обращения 24.01.2019).
- 49.Солодкова Е.В. Женский автореферентный дискурс в английском языке / Е.В. Солодкова. – Иркутск, 2012. – 204 с.
- 50.Соломина А.В. Отражение национально-культурной специфики в аналитическом дискурсе: на материале СМИ /А.В Соломина. – СПб., 2010. – 173 с.
- 51.Сусов И.П. История языкознания / И.П. Сусов. – М.: АСТ: Восток–Запад, 2006. – 295 с.
- 52.Чернявская В.Е. От анализа текста к анализу дискурса / В.Е. Чернявская. – Рязань, 2002 – 232 с.
- 53.Чичерина Н.В. Типология медиатекстов как основа формирования медиаграмотности / Н.В. Чичерина // Известия Российского гос. пед.

- ун-та им. А.И. Герцена. Серия: Общественные и гуманитарные науки (философия, языкознание, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология). – СПб., 2007. – № 9. – С. 159-166.
- 54.Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.
- 55.Kress G. Ideological Structures in Discourse // Handbook of Discourse Analysis. Vol. 4. Discourse Analysis in Society. London. 1985. – 191p.
- 56.McLuhan, M. Understanding Media: The Extensions of Man / M. McLuhan. – London First Sphere Books Edition, 1967. – 318 p.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Проект по русскому языку

Русский и английский: языковое взаимопроникновение или одностороннее заимствование? Оправданы ли заимствования в современном русском языке?

Предмет, класс

Русский язык

Проект предполагает участие в нём учеников старших классов

Краткая аннотация проекта

Заимствованные из других языков – это естественный процесс в любом языке. Английский язык называют «Латынью XXI века» и языком международного общения, и он больше всего повлиял на русский язык. Англицизм – это слово, заимствованное из английского языка. Свое проникновение в русский язык англицизмы начали в конце XVIII – начале XIX в.в. Бум притока англицизмов в русский язык пережил в начале 90х годов. Контакты между народами – это контакт их языков, их связи, которые выражаются в заимствовании. Кардинальные изменения в укладе жизни, импорт товаров, проникновение культуры на территорию нашей страны сказались на темпах роста количества англицизмов в русском языке. Внесли свой весомый вклад и реклама, интернет, телевидение, особенно голливудские фильмы, музыка и спорт. Основными причинами появления англицизмов является:

- 1 Мода на английский язык, человек, употребляющий эти слова, подчёркивает свой статус;
2. Появление новых услуг и понятий;

3. Трудность русского языка – некоторые английские слова легче произносить, чем их аналоги в русском: «топ-модель» вместо манекенщицы;

4. Для эффекта речи – многие артисты, писатели часто употребляют англицизмы для выразительности речи.

Наиболее часто, англицизмы употребляются в политической, экономической, компьютерных сферах, СМИ. В речи молодого поколения англицизмы тоже очень популярны. Англицизмы внедряются в русский язык прямым заимствованием, гибридным, способом кальки и полукальки; путем соединения двух английских слов, есть также экзотизмы и жаргонизмы. Английских слов в русском языке очень много, и мы употребляем их ежедневно, некоторые из них приобрели социальную значимость, они занимают прочную позицию в русском языке. Однако, употребление англицизма без надобности приводит к засорению речи, поэтому наша задача – научиться их правильно использовать. Предметом работы является исследование английских заимствований в современном русском языке.

Цель проекта – установление главных направлений, причин, степени лексического взаимообогащения русского и английского языка на современном этапе.

Проектный продукт – словарь заимствованных слов, которые учащиеся распределяют по сферам употребления.

Длительность проекта – 10 часов; из них – 2 часа учебных; 8 часов – самостоятельной работы.

Работа над проектом «Русский и английский: языковое взаимопроникновение или одностороннее заимствование?» **поможет старшеклассникам освоить следующие темы программы по предмету, реализующей государственный стандарт:**

- культура публичной речи;

- русский язык в современном мире;
- лексика русского языка с точки зрения её происхождения, активного и пассивного запаса, сферы употребления, стилистической дифференциации;
- выбор из синонимического ряда нужного слова с учётом его значения и стилистических свойств;
- лексика, заимствованная русским языком из других языков, особенности её освоения;
- взаимообогащение языков как результат взаимодействия национальных культур, отражение в современном русском языке культуры других народов.

Планируемые результаты деятельности

Общеизвестно, что проектная деятельность существенно отличается от других видов деятельности: она направлена на достижение конкретных целей и на координированное выполнение взаимосвязанных действий, а также ограничена во времени, имеет чётко определённые начало и конец, отличается в определённой степени неповторимостью и уникальностью. Всё это даёт возможность для формирования или развития в ходе работы над проектом универсальных учебных умений. После завершения работы над проектом «Русский и английский: языковое взаимопроникновение или одностороннее заимствование?» одиннадцатиклассники разовьют следующие умения:

- **личностные:** способность к осознанию слов, которые мы употребляем в речи; формирование мировоззрения, основанного на диалоге культур, осознание своего места в поликультурном мире; умение уважать и принимать другие народы мира в условиях поликультурного мира; умение действовать в интересах группы; умение вести диалог на основе равноправных отношений и взаимного уважения и принятия;
- **метапредметные:** умение понимать проблему, выдвигать гипотезу, структурировать материал, подбирать аргументы для подтверждения

собственной позиции, умение работать и сотрудничать в группе; умение работать с информацией и медиасредствами

– **предметные:** умение распознавать английские слова в русской речи, понимать их значение и грамотно использовать их в своей речи.

Вопросы, направляющие проект

Основополагающий вопрос:

Можем ли мы прожить друг без друга? Оправдана ли заимствованная лексика в русском языке?

Проблемные вопросы:

1. Почему за последние 15 лет лексический состав русского языка значительно обогатился словами, восходящими к английскому языку?
2. Какие сферы деятельности в современной России не могут обойтись без англицизмов? Почему?
3. Все ли английские заимствования оправданны?
4. Какое место занимают русские лексические заимствования в системе английского языка? О чём говорит тот факт, что в словаре «Random House Webster's Unabridged Dictionary», изданном в США, большая часть русизмов считается «экзотизмами»?

Учебные вопросы:

1. Что такое заимствованные слова?
2. Какие группы слов в зависимости от их происхождения выделяются в лексическом составе языка?
3. Что такое заимствованные слова? Какие языковые особенности отличают их от других групп слов?
4. Каковы причины появления заимствованных слов в языке?
5. Что такое англицизмы и русизмы?

Необходимые начальные знания, умения, навыки

1. Уметь распознавать английские слова в русском языке.

2. Уметь находить информацию из разных источников.
3. Уметь работать со словарями.
4. Уметь работать в команде.

План проведения проекта

Продолжительность проекта составляет **2 месяца**

В соответствии с требованиями к проектной деятельности **в работе над проектом выделяется три этапа:**

- подготовительный (1-3 недели),
- основной (4-7 недели)
- заключительный (8 неделя).

1 неделя: Погружение учащихся в проектную деятельность: Знакомство учащихся с вводной презентацией и вопросами (основополагающим, проблемными, учебными). Формирование сообществ учащихся с учетом их интересов и желания:

1. Сообщество знатоков английского языка «Lingua». Отстаивают точку зрения, что английские заимствования обогащают русский язык. Их практическая цель – найти современные английские заимствования в русском языке с примерами их употребления в СМИ.

2. Сообщество знатоков русского языка «Буквояд». Отстаивают точку зрения, что англицизмы «засоряют» наш язык. Их практическая цель – подобрать к каждому заимствованию, найденному 1 группой русский эквивалент; Подготовка словаря русизмов в английском языке.

3. Сообщество лингвострановедов «Глобус». Отстаивают точку зрения, что заимствования – это хорошо, но нужно знать меру. Их практическая цель – дать толкование заимствованиям, определить их происхождение и распределить слова по сферам употребления.

Уточнение и конкретизация целей и задач для каждого сообщества. Создание плана работы группы, распределение ролей внутри группы посредством листа планирования работы в сообществе. Знакомство с

критериями оценивания работ сообществ. Использование стратегий мотивирующего оценивания.

2 неделя: Анализ проблемных вопросов, выдвижение гипотез, определение целей их исследования. Корректировка планов работы в сообществах. Определение сроков выполнения и форм представления работ учащихся.

3 неделя: Знакомство с рекомендованным списком информационных ресурсов, сбор своей коллекции информационных источников.

4-6 недели: Работа в группах. Сбор сообществами информационных материалов из разных источников по решению своих проблемных вопросов. Анализ и отбор собранных материалов. Коллективное обсуждение возникающих вопросов. Обсуждение и систематизация сообществами собранных материалов, подготовка сообществами презентаций по своей части проекта. Выполнение сообществами практических заданий. Поиск аргументов для защиты своего мнения.

7 неделя: Совместная работа сообществ по созданию общей презентации проекта. Подготовка к защите проекта. Составление словаря заимствований по сферам их употребления.

8 неделя: Защита проекта. Подведение итогов работы над проектом и самооценка участников проекта. Подготовка фотоальбома.

До работы над проектом: мотивирующее оценивание:

1. Стратегии оценивания потребностей учащихся:

- В ходе стартовой презентации учащимся предлагается провести мозговой штурм.
- Заполнение участниками проекта карты «Знаю – Интересуюсь – Уже научился» (З – И – У).
- Оценка первоначальных знаний учащихся с помощью опросника по теме проекта.
- Оценка мотивации участника проекта с помощью опросника.

2. Стратегия развития самостоятельности и взаимодействия:

- Составление плана работы каждой группы

3. Стратегия, определяющая понимание результата:

- Знакомство с критериями оценки итоговых работ по проекту

Итоговое оценивание

1. На последнем этапе работы над проектом заполняется **последняя колонка таблицы «З – И – У» – «уже научился».**

2. В ходе представления продуктов проектной деятельности (защиты проекта) проводится их **оценка по критериям**, которые известны ученикам с первых дней работы над проектом. Приветствуется представление итогов работы в электронном виде, а также с помощью различных **техник визуализации информации.**

3. Рефлексия с использованием методики перекрёстных оценок после работы над проектом позволяет выявить основные сложности в процессе работы и избежать их в дальнейшем.

Предполагаемый вывод

Все участники проекта должны прийти к выводу: необходимо критически относиться к заимствованиям. Мы можем употреблять их в своей речи, но не стоит злоупотреблять ими, ведь почти на каждое заимствование можно подобрать аналог в русском языке.