

УДК 811.161.1

DOI: 10.26907/2782-4756-2025-81-3-25-31

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕОЛОГИЗМОВ СФЕРЫ «ИСКУССТВО» В ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ЛЕКСЕМ *БЕСТСЕЛЛЕР* И *ХЕППИ-ЭНД*)

© Лю Чжэньюй

FUNCTIONAL-SEMANTIC FEATURES OF NEOLOGISMS FROM THE AREA OF “ART” IN NEWSPAPER DISCOURSE (A CASE STUDY OF THE LEXEMES *BESTSELLER* AND *HAPPY END*)

Liu Zhenyu

The article analyzes functional and semantic features of neologisms from the area of “art” in newspaper discourse based on the material of the National Corpus of the Russian Language (NCRY). The emerging onomasiological needs for the nomination of new concepts lead to the emergence of neologisms, while the interaction of countries and peoples determines the penetration of a wide flow of borrowings, primarily from the English language. The object of our research is two borrowed words that have become widespread in the Russian language – the lexemes “bestseller” and “happy-end” occupying an important place in the art vocabulary. The analysis is carried out using the newspaper corpus of the National Corpus of the Russian Language, therefore, in its implementation, our corpus analysis is combined with the elements of the lexical-semantic and discursive approaches. The article pays special attention to the role of neologisms in the implementation of nominative, evaluative, and expressive-stylistic functions, the function of a language play and the function of saving linguistic efforts. As a result of the study, we have revealed the frequency of use of these lexemes in the Russian literary language of recent decades and determined the paths of their semantic development, their functional status as borrowings and the degree of their assimilation in the Russian language system. The analysis of these lexemes’ compatibility has made it possible to determine the directions of the semantic volume expansion of borrowed words in the Russian language.

Keywords: neologism, lexical-semantic group, art, borrowing, language function, corpus

Статья посвящена анализу функционально-семантических особенностей неологизмов из сферы «Искусство» в газетном дискурсе на материале Национального корпуса русского языка (НКРЯ). Возникающие ономазиологические потребности в номинации новых понятий приводят к возникновению неологизмов, а взаимодействие стран и народов обуславливает проникновение широкого потока заимствований, прежде всего из английского языка. Объектом исследования в данной статье являются заимствованные слова, получившие широкое распространение в русском языке и занимающие важное место в лексике сферы «Искусство» – *бестселлер* и *хеппи-энд*. Анализ проводится на материале газетного корпуса Национального корпуса русского языка, поэтому при его осуществлении сочетается корпусный анализ с элементами лексико-семантического и дискурсивного подходов. Особое внимание в статье уделяется роли неологизмов в реализации номинативной, оценочной, экспрессивно-стилистической функций, функции языковой игры, функции экономии языковых усилий. В результате исследования выявлена частотность употребления данных лексем в русском литературном языке последних десятилетий, определены пути их семантического развития, функциональный статус как заимствований, степень ассимиляции русской языковой системе. Анализ сочетаемости данных лексем позволил определить направления расширения семантического объема заимствованных слов в русском языке.

Ключевые слова: неологизм, лексико-семантическая группа, искусство, заимствование, языковая функция, корпус

Для цитирования: Лю Чжэньюй. Функционально-семантические особенности неологизмов сферы «искусство» в газетном дискурсе (на примере лексем *бестселлер* и *хеппи-энд*) // Филология

В современном обществе язык как важнейший инструмент коммуникации постоянно развивается в результате социально-экономических, политических и культурных изменений. Как отмечает В. В. Лопатин, «научные открытия, развитие производства, культуры вызывают к жизни все новые понятия. А чтобы назвать эти понятия, необходимы новые словесные обозначения, и в первую очередь новые слова. Каждое такое слово – общественное явление, ибо порождено оно потребностями общества» [1, с. 20].

В результате развития различных областей искусства появляется большое количество новых понятий, для номинации которых необходимы новые слова или же новые значения у существующих в языке слов. Самым распространенным способом возникновения неологизмов в сфере «Искусство», в которой контакты между народами происходят очень активно, являются заимствования из других языков. Новые слова в большинстве случаев приходят вместе с теми явлениями, которые они обозначают. По мнению Л. П. Крысина, «со второй половины 80-х годов Россия все больше делается открытой западным влияниям в самых разнообразных областях – политике, торговле, культуре и искусстве, кино, музыке, спорте и, конечно же, в экономике. Вместе с новыми понятиями к нам пришли и новые слова и термины» [2, с. 20].

Заимствование слов способствует непосредственному пониманию других культур и содействует международному культурному обмену. Это обстоятельство также отмечается исследователями неологии: «Современный русский литературный язык ощущает небывалый наплыв новых слов. Особенно ощутимо заметно это в последнее десятилетие, начиная, примерно, с 1991 года – периода официального распада Советского Союза» [3, с. 156]. Именно с этого периода, когда общение с внешним миром стало более интенсивным, возможности для притока заимствований в русский язык увеличились. Анализируя поток иноязычной лексики на стыке XX и XXI вв., Л. П. Крысин делает вывод, что активизация деловых, научных, торговых, культурных связей, расцвет зарубежного туризма – все это вызвало необходимость общения с носителями иностранных языков и привело к активизации процесса заимствования [4, с. 27–28].

Теоретической основой данного исследования послужили труды известных лингвистов: В. В. Лопатина, О. С. Степановой, Л. П. Крысина, С. Н. Ёровой, Э. Ф. Володарской, А. А. Браги-

ной, О. В. Кольцовой, М. Т. Фахрутдиновой, С. М. Кузьминой и других.

Среди неологизмов сферы «Искусство» в настоящее время преобладают иностранные слова английского происхождения, так как популярная культура во многом формируется именно в англоязычных странах. Носители русского языка стремятся использовать иностранные слова, считая их более престижными, модными, чем исконно русские. Многие английские слова из изучаемой сферы стремительно входят в русский язык и активно ассимилируют русской языковой системе. Э. Ф. Володарская отмечает, что «процентное содержание англицизмов в словарях иностранных слов возросло от 2,57% (И. А. Бодуэн-де-Куртенэ) до 25% (Н. Г. Комлев)» [5, с. 102].

В результате постоянного использования носителями русского языка такие слова постепенно переходят в активный словарь. Этот процесс сопровождается ассимиляцией иноязычных слов русской языковой системе на различных уровнях. «В чужом слове меняются не только звуковой облик (в результате подчинения иной фонетической системе), грамматическая форма (например, русское склонение имен существительных), но возникают и новые переносные значения и употребления, новые стилистические оттенки» [6, с. 142].

Лексико-семантическая группа (далее – ЛСГ) «Искусство» – значимая область лексики русского языка, неологизация которой является механизмом обновления, расширения и адаптации литературного языка к социальным и культурным изменениям в обществе в целом. «ЛСГ – инструмент, с помощью которого исследователь изучает системные связи слов, раскрывает семантические тождества и различия в лексических совокупностях, описывающих какой-то фрагмент мира» [7, с. 67]. Слова ЛСГ «Искусство» используются для номинации различных видов художественного творчества, понятий, характеризующих этот процесс, а также его результатов в виде произведений искусства.

Неологизмы выполняют несколько функций. Основной функцией новых слов в языке является номинативная. «Номинативная функция реализуется в появлении слов с целью наименования новых предметов и понятий» [8, с. 140]. В области искусства в последние десятилетия появилось значительное количество новых слов: *аниматор*, *боевик*, *визажист*, *инсталляция*, *перформанс* и др. Усвоение неологизмов связано также и с не-

обходимостью экономии лексических средств. «Современные носители языка стремятся минимизировать собственные усилия в области словообразования и синтаксиса, из чего следует необходимость в употреблении новых, более емких и кратких лексических единиц» [Там же]. Часто иностранные слова могут более кратко и точно выразить содержание некоторых сложных понятий, что способствует реализации функции экономии речевых и произносительных усилий. Например: слово *бестселлер* образовано от английского слова *bestseller*, которое буквально значит «продаваемый лучше всех». Это значение сохраняется у слова *бестселлер* и в русском языке.

Неологизмы выполняют также важную экспрессивно-стилистическую функцию, «иноязычная лексика используется с целью самовыражения и самоутверждения говорящего» [9, с. 42]. Например, слово *олдскульный* (от англ. *Old school*), которое значит «стародавний», имеет яркую эмоционально-экспрессивную окраску. Еще одной функцией неологизмов является оценочная функция. Благодаря использованию новых слов могут выражаться намерения и оценки говорящего, его интенции в коммуникативном акте. Иногда, даже если говорящий не предоставляет достаточно информации, позицию его можно определить по использованным словам. Новые слова применяются также для реализации функции языковой игры, особенно в средствах массовой информации.

Рассмотрим реализуемые в современных средствах массовой информации функции неологизмов изучаемой сферы на примере двух лексем *бестселлер* и *хеппи-энд*, отличающихся высокой частотностью употребления. В качестве материала для исследования использовался газетный дискурс, представленный изданиями «Известия», «Ведомости», «Парламентская газета», «Аргументы и факты», «Коммерсант» и другими.

Слово *бестселлер* – это слово, заимствованное из английского языка. Когда этот термин только появился, в «Большом толковом словаре русского языка», изданном в 2000 г., он объяснялся следующим образом: «БЕСТСЕЛЛЕР, -а; м. (англ. *bestseller* от *best* – лучший и *sell* – продаваться). Книга, пользующаяся широким спросом, продаваемая быстрее других / О популярной пластинке, теле- и радиопередаче и т. п.» [10, с. 76]. Данное иностранное слово заменяет целое словосочетание, и первоначально оно использовалось для характеристики только хорошо продаваемых книг. Обратимся к представленным в НКРЯ [11] параметрам функционирования данного слова. Так, сочетаемость данной лексики отражается в Корпусе в виде скетча (Рис. 1).

Скетчи ?

бестселлерСуществительное

Определения

1. одноименный	7,13
2. научно-популярный	6,01
3. акунинский	5,72
4. интеллектуальный	5,68
5. папский	5,58

Рисунок 1. НКРЯ, данные с 1983 по 2021 год

В качестве наиболее частотного определения, отмечаемого НКРЯ, выступает прилагательное *одноименный*. В период с 1983 по 2021 год слово *бестселлер* отмечается в общем количестве 4812 раз, из них 72 раза оно используется с определением *одноименный*. Проанализированные примеры свидетельствуют о том, что такое же название, как и *хорошо продаваемая книга*, получают произведения искусства других форм: фильмы, телесериалы, театральные постановки и т. д. Такое использование подчеркивает развитие культурных феноменов и отражает взаимодействие разных сфер искусства. Например: *Однако фильм, поставленный по одноименному бестселлеру Колина Нила (сценарий написал сам режиссер Доминик Молль вместе со своим постоянным соавтором Жилем Маршаном)...* (Коммерсант, 2020. 20.09.) (здесь и далее разрядка наша – Л. Ч.)

В данном случае слово *бестселлер* употребляется в своем первоначальном значении – «книга, пользующаяся большим спросом, изданная большим тиражом» [12, с. 76], однако со временем оно стало постепенно проникать и в другие области жизни и даже вышло за пределы сферы искусства. Например, словом *бестселлер* может называться компьютерная игра, которая продается лучше всех:

...несмотря на это, *PlayerUnknown's Battlegrounds* быстро стала бестселлером на игровой платформе для ПК *Steam* (Ведомости, 2021. 25. 01.).

Слово *бестселлер* может использоваться и для обозначения популярных мюзиклов: *В 1984 г. мюзикл «Шахматы» вышел в лондонском Вест-Энде и сразу стал бестселлером* (Ведомости, 2020.10.07).

Слово *бестселлер* может обозначать пользующийся спросом покупателей автомобиль: *Обойдя традиционных бестселлеров рынка Ford Focus (15 023 шт.), Volkswagen Tiguan (13*

962 шт.) и Renault Clio (13 627 шт.) ... (Ведомости, 2020. 19.05.).

Оно также может использоваться для характеристики мобильных телефонов: *В топ-5 бестселлеров также вошли Samsung Galaxy A10, Samsung Galaxy A01, Apple iPhone 11 (128 ГБ) и Samsung Galaxy A51 (128 ГБ)* (Vesti.ru, 2020. 22.12.).

Особого внимания заслуживают примеры метафорического употребления лексемы *бестселлер*:

Человек-бестселлер Превратить человека в книгу, чтобы снизить уровень агрессии в обществе? (Ведомости, 2020. 20.09.); *В других странах таких тем не было, зато «бестселлерами» становились разведенная женщина, беженец, человек с психическими особенностями* [Там же].

В этих двух предложениях происходит расширение значения слова *бестселлер*. Метафорически оно обозначает человека, разведенную женщину, беженца, человека с психическими особенностями. Происходит проецирование на определенные группы людей таких свойств книги, как *популярность, высокий уровень внимания, предмет обсуждения или тема разговора*. Книги-бестселлеры пользуются известностью благодаря своему содержанию, их массово покупают и обсуждают; применительно к человеку использование обозначения *бестселлер* подчеркивает то, что он становится предметом общественного обсуждения из-за своего статуса, личного опыта или положения.

Как упоминалось выше, слово *бестселлер* в НКРЯ в газетных текстах употребляется 4812 раз: в таблице 1 приведено количество употреблений слова за каждый год.



Таблица 1. НКРЯ, данные с 1983 по 2021 год.

В 2007 году слово использовалось в газетном дискурсе чаще всего – 289 раз. Из этих 289 употреблений 28 раз это слово применялось для характеристики автомобилей, самолетов, игр и т. д., в остальных случаях оно использовалось в своем первоначальном значении. С 1996 года частота использования термина *бестселлер* зна-

чительно возросла, что связано в том числе и с ростом объема корпуса.

До 1996 года в НКРЯ были зафиксированы преимущественно только примеры из трех изданий: «Аргументы и факты», «Независимая газета» и «Комсомольская правда», а после 1996 года – большое количество примеров из других изданий, таких как «Литературная газета», «Московский комсомолец», «Российские вести», «Известия», «Правда» и т. д.

В «Толковом словаре государственного языка РФ», разработанном учеными СПбГУ и вышедшем в 2025 году, значение слова *бестселлер* несколько изменилось: «БЕСТСЕЛЛЕР [сэ] -а; [bestseller от best – лучший sell – продаваться]. Товар, пользующийся наибольшим спросом, продаваемый быстрее других. // О популярной книге, пластинке, видеозаписи и т. п.» [12, с. 38]. Как видно из словарной дефиниции, значение этого слова изменилось и расширилось с «хорошо продаваемых книг» до «быстро продаваемых товаров». Путь семантического развития данного слова отражает процесс постепенной ассимиляции слова русской лексической системе, расширения его сочетаемости и совокупности выполняемых функций.

Другим словом из области искусства, получившим широкое распространение в русском языке последних десятилетий, является *хеппи-энд*: «ХЭППИ-ЭНД, -а; м. Благополучная развязка, счастливый конец» [10, с. 1457]. Анализ НКРЯ показывает, что слово *хеппи-энд* впервые попало в поле зрения российских СМИ в 1996 году. Оно так же, как и *бестселлер*, является прямым заимствованием и проходит процесс ассимиляции «в соответствии с законами русского языка на фонетическом, графическом, грамматическом, семантическом и стилистическом уровнях» [5, с. 104].

Скетч этого слова представлен глагольными лексемами:

Скетчи ?	
Добавить в сравнение	
хеппи-энд Существительное	
Глаголы с косвенным дополнением	
1. заканчиваться	5,45
2. закончиться	2,67
3. завершиться	2,45

Рисунок 2. НКРЯ, данные с 1992 по 2021 год

Наиболее показательный набор синтаксических связей данной лексемы – это глаголы за-

кончиться / заканчиваться и завершиться. Они усиливают содержащийся в значении лексемы *хеппи-энд* компонент «развязка, конец». Подобные конструкции часто используются в обзорах СМИ, обсуждениях аудитории и литературном анализе. Высокая частота их использования определяет стремление к стандартизации и фразеологичности, делая их наиболее привычными выражениями при описании окончания события, факта, мероприятия.

В НКРЯ приводится пример, объясняющий широкое распространение слова *хеппи-энд* в связи с социальными и политическими реалиями времени:

В период Великой депрессии в среде продюсеров индустрии развлечений вошел в обиход новый термин – «эскапизм», то есть кратковременное бегство от действительности. Расчет оказался верным: прячась от проблем реальности, люди искали радости, пусть и придуманной, в театрах и кино, на концертах и выставках. Кстати, именно тогда возникло величайшее изобретение инженеров фабрики грез – *х е п п и - э н д* (Vesti.ru, 2009.02.03).

Слово *хеппи-энд* возникло во времена Великой депрессии в США. В связи с реальными проблемами бесчисленное количество людей стремились убежать от действительного мира, ища свою собственную духовную утопию. В это время и возникла тенденция заканчивать фильм или роман успешным разрешением конфликта. В связи с этим даже сюжеты трагических романов переделывались в фильмы со счастливым концом, что иллюстрирует, например, голливудский ремейк «Братьев Карамазовых». Таким образом, само возникновение нового социального явления сопровождается появлением новых слов, которые быстро и гибко реагируют на потребности общества.

Помимо названия счастливого конца истории или книги, это слово использовалось и для обозначения других событий, например, юридических:

Их освободили из-под стражи прямо в зале суда. ПОЧТИ ХЕППИ-ЭНД? А что Юра? (Независимая газета, 1997. 25.11.). В данном примере при использовании англицизма применяются прописные буквы, что передает иронию и в чем проявляется функция языковой игры. Прописные буквы в предложении могут придавать особую выразительность и повышать привлекательность текста. По словам С. М. Кузьминой, «нередко отклонение от орфографической нормы используется в целях игры или эпатажа» [13, с. 410]. В газетном дискурсе отмечаются и другие

аналогичные примеры использования прописных букв:

И стоит заикнуться о государственном престиже, тебе сразу же расскажут все о тех же законах рынка. ХЕППИ-ЭНДУ СОТРУДНИКОВ одного НИИ в Томске от прежней роскоши остались только научный потенциал и земля вокруг института (Аргументы и факты, 1996. 17. 04.).

Анализируя заимствованные лексемы, можно проследить путь их семантического развития в принимающем языке. При их первоначальном вхождении в язык люди еще не имеют четкого представления о значении слов, в дальнейшем происходят изменения в сочетаемости, приводящие к постепенным изменениям в семантике. Как отмечает Э. Ф. Володарская, «путь к адекватному пониманию нового слова в большинстве случаев лежит через незнание – ложное понимание – неточное понимание его» [5, с. 108]. Кроме того, поскольку некоторые новые слова в начале своего появления в языке не фиксируются в стандартных словарях, понимание их значения происходит спонтанно в конкретных контекстах.



Таблица 2. НКРЯ, данные с 1992 по 2021 гг.

В данной таблице приведены данные о количестве употреблений слова *хеппи-энд* в каждом году (данные взяты из НКРЯ). Из графика видно, что это слово, как и слово *бестселлер*, стало широко использоваться только с 1996 года. Наибольшее количество употреблений пришлось на 2012 год – 22 раза. В 6 из 22 случаев слово употреблено в ироническом значении, что является типичным для газетного дискурса. Новые слова часто используются в составе различных риторических конструкций и имеют определенную эмоциональную окраску.

Итак, для неологизмов из области «Искусство» основной является номинативная функция, наряду с ней они выполняют функцию экономии, экспрессивно-стилистическую, оценочную и функцию языковой игры. Их широкое распространение на рубеже XX–XXI вв. связано с прогрессом современной цивилизации, взаимодействием стран и народов, развитием культуры и

искусства в целом. В процессе функционирования в принимающем языке происходит увеличение количества словоупотреблений, ассимиляция русской языковой системе на всех уровнях. В газетных текстах особенно явственно представлена эмоционально-экспрессивная оценка заимствованной лексики, характерная для данной специфической формы коммуникации, нацеленной на воздействие на аудиторию. Происходит процесс изменения семантического объема понятий, проявляющийся в расширении сферы сочетаемости, возникновении новых коллокаций.

Список источников

1. Лопатин В. В. Рождение слова неологизмы и окказиональные образования. М.: Наука, 1973. 154 с
2. Крысин Л. П. Слово в современных текстах и словарях: Очерки о русской лексике и лексикографии. М.: Знак, 2008. 320 с.
3. Ёрова С. Н. История заимствований слов в русском языке // Ученые записки Худжандского государственного университета им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки, 2017. № 2 (51). С. 155–160.
4. Крысин Л. П. Лексическое заимствование и калькирование в русском языке последних десятилетий // Вопросы языкознания. 2002. № 6. С. 27–34.
5. Володарская Э. Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. 2002. № 4. С. 96–118.
6. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. М.: Просвещение, 1973. 224 с.
7. Кольцова О. В. Лексико-семантическая группа как единица описания языковой картины мира // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2010. № 1. С. 66–72.
8. Фахрутдинова М. Т. Функционирование неологизмов ИТ-сферы в русском языке новейшего периода (На материале текстов электронных СМИ) // Филология и культура. 2021. № 1 (63). С. 138–141.
9. Волкова Е. В., Хустенко А. А., Шерина Е. А. Функции англоязычных заимствований в русском и итальянском языках (на материале радиодискурса) // Научный диалог. 2020. № 2. С. 35–52.
10. Большой толковый словарь русского языка / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. 1536 с.
11. Национальный корпус русского языка. URL: <https://ruscorpora.ru/u> (дата обращения: 07.08.2025)
12. Толковый словарь государственного языка Российской Федерации. / гл. ред. Н. М. Кропачева, С. А. Белова, С. А. Кузнецова. СПб.: СПбГУ, 2025. Т. 1. 900 с.
13. Кузьмина С. М. Активные процессы в области русского письма // Современный русский язык: активные процессы на рубеже XX–XXI веков / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. М.: Языки славянских культур, 2008. 712 с.

References

1. Lopatin, V. V. (1973). *Rozhdenie slova neologizmy i okkazional'nye obrazovaniya* [The Birth of the Word Neologisms and Occasional Formations]. 154 p. Moscow, Nauka. (In Russian)
2. Krysin, L. P. (2008). *Slovo v sovremennykh tekstakh i slovariakh: Ocherki o russkoi leksike i leksikografii* [The Word in Modern Texts and Dictionaries: Essays on Russian Lexicon and Lexicography]. 320 p. Moscow, Znak. (In Russian)
3. Erova, S. N. (2017). *Istoriya zaimstvovaniy slov v russkom yazyke* [History of Borrowing Words in the Russian Language]. *Uchenye zapiski Khudzhandskogo gosudarstvennogo universiteta im. akademika B. Gafurova. Gumanitarnye nauki*. No. 2, pp. 155–160. (In Russian)
4. Krysin, L. P. (2002). *Leksicheskoe zaimstvovanie i kal'kirovanie v russkom yazyke poslednikh desyatiletii* [Lexical Borrowings and Calques in the Russian Language in Recent Decades]. *Voprosy yazykoznaniiya*. No. 6, pp. 27–34. (In Russian)
5. Volodarskaya, E. F. (2002). *Zaimstvovanie kak otrazhenie russko-angliiskikh kontaktov* [Borrowing as a Reflection of Russian-English Contacts]. *Voprosy yazykoznaniiya*. No. 4, pp. 96–118. (In Russian)
6. Bragina, A. A. (1973). *Neologizmy v russkom yazyke* [Neologisms in Russian]. 224 p. Moscow, Prosveshchenie. (In Russian)
7. Kol'tsova, O. V. (2010). *Leksiko – semanticheskaya grupa kak edinita opisaniya yazykovoi kartiny mira* [Lexical-Semantic Group as a Unit of Description of the Linguistic Picture of the World]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Sotsiologiya. Politologiya*. No. 1, pp. 66–72. (In Russian)
8. Fakhrutdinova, M. T. (2021). *Funktsionirovanie neologizmov IT – sfery v russkom yazyke noveishego perioda (Na materiale tekstov elektronnykh SMI)* [Functioning of Neologisms of the IT Sphere in the Russian Language of the Latest Period (based on the texts of electronic media)]. *Filologiya i kul'tura*. No. 1, pp. 138–141. (In Russian)
9. Volkova, E. V., Khustenko, A. A., Sherina, E. A. (2020). *Funktsii angloyazychnykh zaimstvovaniy v russkom i ital'ianskom yazykakh (na materiale radiodiskursa)* [Functions of English Borrowings in the Russian and Italian Languages (based on radio discourse)]. *Nauchnyi dialog*. No. 2, pp. 35–52. (In Russian)
10. *Bol'shoi tolkovyi slovar' russkogo yazyka* (2000) [Large Explanatory Dictionary of the Russian Language]. Gl. red. S. A. Kuznetsov. 1536 p. St. Petersburg, Norint. (In Russian)
11. *Natsional'nyi korpus russkogo yazyka* [National Corpus of the Russian Language]. URL: <https://ruscorpora.ru/u> (accessed: 07.08.2025). (In Russian)
12. *Tolkovyi slovar' gosudarstvennogo yazyka Rossiiskoi Federatsii* (2025) [Explanatory Dictionary of the State Language of the Russian Federation]. Gl. red. N. M. Kropacheva, S.A. Belova, S. A. Kuznetsova. T. 1. 900 p. St. Petersburg, SPbGU. (In Russian)

13. Kuz'mina, S. M. (2008). *Aktivnye protsessy v oblasti russkogo pis'ma* [Active Processes in the Field of Russian Writing]. *Sovremennyi russkii yazyk: aktivnye protsessy na rubezhe XX—XXI vekov*. In-t rus. yaz. im. V. V. Vinogradova RAN. 712 p. Moscow, Yazyki slavyanskikh kul'tur. (In Russian)

The article was submitted on 07.07.2025

Поступила в редакцию 07.07.2025

Лю Чжэньюй,
аспирант,
Казанский федеральный университет,
420008, Россия, Казань,
Кремлевская, 18.
18845792373@163.com

Liu Zhenyu,
graduate student,
Kazan Federal University,
18 Kremlyovskaya Str.,
Kazan, 420008, Russian Federation.
18845792373@163.com