



Филологические науки

УДК 81'373.45

С.А. Тихонова

Т.Ю. Данильченко

Тихонова Светлана Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры русского и иностранных языков и литературы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: svetd@bk.ru

Данильченко Татьяна Юрьевна, доктор философских наук, профессор кафедры русского и иностранных языков и литературы Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: tatiana.svyat-07@yandex.ru

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ЕДИНИЦЫ В ЛЕКСИЧЕСКОМ СОСТАВЕ СОВРЕМЕННОГО РУССКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена различным видам иноязычных лексических единиц. Авторы рассматривают специфику их функционирования в современном русском языке. Отдельное внимание уделено эргонимам, содержащим иноязычные лексические, графические и словообразовательные средства.

Ключевые слова: иноязычные заимствования, иноязычные вкрапления, эргонимы.

S.A. Tikhonova

T.Y. Danilchenko

Tikhonova Svetlana Aleksandrovna, candidate of philological sciences, associate professor of the department of Russian and Foreign languages and Literature of Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: svetd@bk.ru

Danilchenko Tatiana Yurievna, doctor of Philosophy, professor of the department of Russian and Foreign languages and Literature of Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: tatiana.svyat-07@yandex.ru

FOREIGN LANGUAGE UNITS IN THE LEXICAL STRUCTURE OF THE MODERN RUSSIAN LANGUAGE

The article is devoted to various types of foreign lexical units. The authors examine the specifics of their functioning in the modern Russian language. Special attention is paid to ergonyms containing foreign lexical, graphic and word-formation means.

Key words: loan words, foreign language inclusions, ergonyms.

Настоящий период времени характеризуется широкими межкультурными и межъязыковыми связями. Безусловно, эта тенденция имеет свои плюсы – люди приобретают новые знания, расширяют свой кругозор, повышают свой языковой уровень. Однако существует и негативная сторона данного процесса – злоупотребление словами иностранных языков (чаще английского) в различных сферах общественной жизни.

В лингвистике существует ряд терминов для обозначения слов, пришедших из иностранных языков: «заимствования», «варваризмы»,

«экзотизмы», «иноязычные вкрапления», «слова-реалии», «переключение языковых кодов» (codes witching). Дифференциация этих терминов базируется на степени их освоения в языке-реципиенте.

Классификацию, дифференцирующую заимствования по степени освоения, предложил Баш Л.М. [3], разграничив следующие группы:

- собственно заимствования, включающие варваризмы, транслитерацию и собственно заимствования, которые претерпели лишь графические и грамматические трансформации;
- интернационализмы;
- слова-космополиты;
- квазизаимствования, к которым относятся переоформления, слова-миксты и гибриды.

Другую классификацию заимствований по степени освоения предлагает Бондарец О.Э. [4], выбирая основанием для классификации фиксацию заимствованной лексической единицы в словарях. Согласно этой классификации, существует 4 типа заимствований – от нулевой степени освоенности (не зафиксированы в словарях) до высокой (зафиксированы не только в словарях иностранных слов и в словарях языковых изменений данного периода, но и в словарях русского языка) [4, с. 102-103].

Однако критерий фиксации в словарях представляется не совсем корректным, поскольку в 2024 году в издательстве Директ-Медиа вышел лингвокультурологический словарь заимствований современного русского языка (2000–2024 гг.) в двух частях [5; 6]. Составитель – Голикова Т.А. – в предисловии к словарю замечает, что данный словарь «включает новейшую неологическую лексику 2000–2024 гг., еще не зафиксированную официальными словарями» [5, с. 4] и представляет собой «сегодняшний срез речевого употребления» [5, с. 4]. При этом автор уточняет, что уверенности в том, останутся ли эти слова в активном употреблении носителей русского языка в будущем, нет.

Что касается иноязычных вкраплений, то они переносятся в принимающий язык без графической адаптации, сохраняя свое оригинальное написание. Степень освоенности варваризмов, экзотизмов и слов-реалий может варьироваться, их можно считать частично освоенными иноязычными словами.

Кроме того, в настоящее время появляются лексемы, называемые Крысиным Л.П [11, с. 173] словами-«кентаврами», которые образованы по модели «транслитерация + английское слово», «английская словоформа + русская словоформа», корневая английская морфема и русский аффикс и т.д. [1].

По причине многообразия вариаций функционирующих иноязычных лексем, или словоформ, в современном русском языке актуальным в настоящее время и требующим внимания является вопрос об уточнении содержания терминов "иноязычное заимствование" и "иноязычное вкрапление". Авторы статьи «Отношение заимствований и иноязычных вкраплений» Багана Жером и Глебова Я.А. [2] указывают на три подхода рассмотрения этих понятий:

1. Синонимичность терминов.
2. Иноязычное вкрапление – начальная стадия процесса заимствования.
3. Разграничение терминов, обозначающих самостоятельные лингвистические феномены.

Однако, по мнению Михайловой И.В., «современная языковая ситуация при изобилии в русском языке и речи разного рода иноязычных единиц затрудняет их различение» [9, с. 54].

Заимствования во всем их разнообразии функционируют как в персональных, так и в институциональных типах дискурсов, которые отражают все изменения в различных сферах жизни общества. В своей монографии «Русский с английским привкусом (развитие русского языка в эпоху глобализации)» Ходжагельдыев Б.Д., Шурупова О.С. [14] выделяют

сферы современной жизни, в которых представлены заимствования. Среди них:

- политическая (импичмент – impeachment, спичрайтер – speech-writer, премьер-министр – prime-minister, саммит – summit);
- финансовая (инвестор – investor, инфляция – inflation, овердрафт – overdraft, роялти – royalty);
- деловая (нетворкинг – networking, аутсорсинг – outsourcing);
- торговая и предпринимательская деятельность (краудфандинг – crowd-funding, мисселинг – miss-selling, стартап – start-up);
- экономическая (бренд – brand, лизинг – leasing, фрилансер – freelancer, лоукост – low cost);
- техническая (ультрамикроскопия – ultramicroscopy, кабель – cable, детейлинг – detail);
- компьютерная (гаджет – gadget, девайс – device, вебсайт – web-site, юзер – user, бан – ban, чат – chat);
- бытовая (секонд-хенд – second-hand, таунхаус – town-house, шоппинг – shopping, супермаркет – supermarket);
- поп-искусство (арт-бизнес – art-business, креатив – creative, шоумен – show-man, арт-хауз – art-house);
- массмедийная (прайм-тайм – prime-time, пресс-релиз – press-release, слоган – slogan);
- спортивная (серфинг – surfing, дайвинг – diving, скейтбординг – skateboarding, фаны – fans);
- модная (лук – look, зипка – zip, худи – hoody, оверсайз – oversize).

К этому списку можно добавить и еще ряд сфер, в которых в последнее время появилось большое количество заимствований. Например, сфера косметологии и индустрии красоты (плазмолифтинг – plasmolifting, лампер – plumper, шугаринг – sugar, глиттер – glitter), гастрономическая сфера (бургер – burger, сэндвич – sandwich, лазанья – lasagna, макарун – macaron, фреш –

fresh), сфера развлечений (пейнтболл – paint-ball, афтерпати – afterparty, драйв – drive, перформанс – performance) и т.д.

В отдельную группу выделяются заимствованные междометья (вау – wow, бла-бла-бла – bla-bla-bla, упс – oops) и заимствованные аббревиатуры (OK, IT, VIP, ИМХО – IMHO, АСАП – ASAP) и другие.

При этом Зацепина Е.А., Рудинова Ю.И. и Бойченко О.А. заявляют, что «анализ СГ (семантических групп) заимствованных слов показывает, что они появляются в языке по вполне «уважительным» причинам, и называть их элементами, засоряющими русский язык, с нашей точки зрения, неверно» [7, с. 179]. Однако дискуссии о роли, уместности и оправданности заимствований и иноязычных вкраплений в русском языке не утихают. В то время как некоторые лингвисты называют пополнение русского языка иноязычными лексемами вполне естественным и закономерным процессом в развитии современного языка, на государственном и местном уровнях принимаются законы, направленные на регулирование использования иноязычных слов [13; 15; 16; 10].

Однако в обыденной жизни любой носитель языка повсеместно встречается с иноязычными заимствованиями, приобретая различные товары или услуги. Для многих российских потребителей иностранное слово на упаковке товара, названии предприятия и так далее является неким опознавательным знаком высокого качества товара или услуги.

В проведенном Тихоновой С.А. [12] исследовании эргонимов города Краснодара анализируются различные группы эргонимов, содержащих иноязычные лексические, графические и словообразовательные средства, по основным способам образования:

- 1). Эргонимы, полностью состоящие из иноязычных слов и словосочетаний в их оригинальном написании, например, магазины *I love shopping* и *Must Have*, ногтевая студия *Claws*, салон красоты *Beauty room*, детский сад *Sunny Place*, магазины цветов *Ma Vie* и *Green Queen*, ателье *Mon couture studio*, кондитерская *Pierre eclair*, кофейня *Wonder Fox*, мастерская

керамики *Rabbit hole*, интерьерный салон *That's living* и т.д. В таких эргонимах иноязычные вкрапления выполняют только рекламную функцию для привлечения внимания потребителей, но в большинстве своем не являются информативными. Лишь небольшое количество эргонимов данного типа, не представляющих сложность для понимания, являются рекламно-информативными, например, танцевальная студия *Time of dance*, стоматологическая клиника *Implant Clinic*, кафе *Burger Club*, кафе-кондитерская *Caramel desserts*.

2). Эргонимы, состоящие из транслитерированных кириллицей иноязычных лексических единиц, например, юридическая компания *Либерти*, стоматологические клиники *Лэтс смайл* и *Дентал Лофт*, магазин цветов *АйвориРоуз*, магазин *Феличита*, ателье *Респект*, косметологическая клиника *Скин Силк*, салон вечерних платьев *Окей Дресс*, магазин мужской и женской одежды *Саксесс Шайн*, школа рисования *Арт лаб*. Появление такого рода эргонимов продиктовано модой, однако зачастую потребители, опираясь только на название, не в состоянии определить сферу деятельности такого предприятия.

3). В группу эргонимов, содержащих графические иноязычные средства, включены:

3.1. транслитерированные латиницей русские лексемы (например, цветочная мастерская *Lepestki*, магазин-пекарня *Krendel*, барбершоп *Borodach*, ателье *Bulavochka*, магазин обуви *Obuv*, магазин детских товаров *Nash Malysh*);

3.2. лексемы, словообразовательные элементы которых представлены и кириллицей, и латиницей (мастерская-ателье ***Pro***шью, студия ресниц и бровей *He**Pro**моргай*, магазин цветов *Шар**Land***, центр физического развития детей ***Super***Детки);

3.3. словосочетания, состоящие из слов, написанных и кириллицей, и латиницей (ателье Свадебный ***Couturier***, кофейня ***Kiss*** кофе, салон цветов и праздничного оформления ***Madam*** Цветаева, салон красоты *Стрижка **shop***);

3.4. графогибриды (пекарня-кулинария *Зерно*, салон красоты *Заг@рай*, ресторан *Matrëshka*);

3.5. эргонимы, состоящие из двух основ (слов), одна из которых иноязычного происхождения, другая – русская, чаще всего транслитерированная в латинице (студия красоты *Chernika nails*, магазин обуви *Matreshka shop*);

3.6. эргонимы, включающие русское слово или заимствование, которое уже давно вошло в русский язык, и иноязычное вкрапление, транслитерированное кириллицей (студия красоты *Бьюти Мафия*, салон ортопедических товаров *Ortoped-шоп.ru*, юридическая компания *ЮристТайм*, детский развлекательный центр *Дети в Сити*),

3.7. эргонимы, в состав которых входят два иноязычных слова (основы), одно из которых транслитерировано кириллицей, написание другого сохранено в исходной форме (служба доставки суши *СушиSell*, салон красоты *ЛАКИ LIFE*).

3.8. эргонимы, состоящие из русской лексической единицы слова и иноязычной служебной части речи (ресторан *The Печь*, автосервис *Гибрид сервис ON*).

В погоне за оригинальностью и узнаваемостью названия предприятия часто неймеры и предприниматели забывают о том, что нейм должен быть понятным, отображать сферу деятельности компании или указывать на уникальность товара или услуги. Иноязычные вкрапления в эргониме не должны вызывать трудность для прочтения. Кроме того, иноязычные вкрапления должны быть из группы лексики для активного усвоения в рамках школьной программы по иностранному языку, чтобы определение его значения не вызывало трудностей для понимания потенциальными русскоязычными клиентами. Пытаясь заинтересовать потребителя, иногда используя приемы языковой игры, неймеры упускают из виду то, что эргоним с неправильно подобранным иноязычным вкраплением может вызвать ложные или негативные ассоциации. Например, название магазина

сантехники и электрики *Рукоjob* или ногтевой студии *Claws*, что обозначает "когти животного или птицы, клешни".

Таким образом, анализ эргонимов Краснодара, показал, что несмотря на решение депутатов городской думы Краснодара [10] о запрете на использование вывесок на иностранных языках за исключением зарегистрированных товарных знаков, тренд на необычные названия предприятий с использованием заимствований и иноязычных вкраплений продолжается. Нельзя не согласиться с утверждением Косаренко О.Т. и Косаренко С.В. о том, что «коммерческая номинация есть та сфера свободных экспериментов, в которой, как и в языке СМИ, креативное и не всегда нормативное (с точки зрения кодифицированного языка образцовой культуры) образование служит способом преодоления тенденции к однообразию идей и форм, в том числе и за счет иноязычных единиц» [8, с. 113]. Однако не все эргонимы способны привлечь потребителей: вместо того чтобы сообщать информацию о сфере компании, специфических чертах товаров или услуг, многие эргонимы с иноязычными вкраплениями остаются для клиентов немотивированными, следовательно, не выполняют своих функций.

Безусловно, современная языковая ситуация требует нормативной оценки уместности и правильности употребления, а также коммуникативной актуальности заимствований и иноязычных вкраплений в речи.

Список источников

1. Атабекова, А.А. Языковое оформление Web-страниц / А.А. Атабекова // РЯШ. – 2002. – № 5. – С. 65-71.
2. Жером, Б. Отношение заимствований и иноязычных вкраплений / Б.Жером, Я.А. Глебова // Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики. – 2015. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-zaimstvovaniy-i-inoyazychnyh-vkrapleniy> (дата обращения: 26.01.2025).

3. *Баш, Л.М.* Дифференциация термина «заимствование»: хронологический и этимологический аспекты / Л.М. Баш // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. – 1989. – № 4. – С. 22-34.
4. *Бондарец, О.Э.* Иноязычные заимствования в речи и языке: лингвосоциологический аспект / О.Э. Бондарец. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2008. – 144 с.
5. *Голикова, Т.А.* Лингвокультурологический словарь заимствований современного русского языка (2000-2024 гг.) : в 2 частях : [16+] / Т. А. Голикова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – Часть 1. – 516 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: [https://biblioclub.ru /index.php?page=book&id=709988](https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709988) (дата обращения: 20.01.2025).
6. *Голикова, Т.А.* Лингвокультурологический словарь заимствований современного русского языка (2000–2024 гг.) : в 2 частях : [16+] / Т. А. Голикова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – Часть 2. – 436 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710896> (дата обращения: 20.01.2025).
7. *Зацепина, Е.А.* Семантические группы заимствованных слов в современном русском языке / Е.А. Зацепина, Ю.И. Рудинова, О.А. Бойченко // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: гуманитарные науки. – 2020. – № 05. – С. 177-179.
8. *Косаренко, О.Т.* Эргонимы и проблемы сохранения национально-культурных особенностей русского языка / О.Т. Косаренко, С.В. Косаренко // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – №2. – С.110-113.
9. *Михайлова, И.В.* Иноязычные вкрапления в произведениях В.О. Пелевина как отражение современной русской языковой действительности / И.В. Михайлова // Philologos. – 2013. – № 19(4). – С. 53-57.

10. Решение городской Думы Краснодара от 29.05.2023 № 57 п. 3 «О внесении изменений в решение городской Думы Краснодара от 22.08.2013 № 52 п. 6 «Об утверждении Правил благоустройства территории муниципального образования город Краснодар» // URL: <https://krd.ru/dokumenty/dokumenty-gorodskoy-dumy/document-29052023170619/> (дата обращения: 26.01.2025).
11. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX – XXI веков. – М.: Языки славянских культур, 2008. – 712 с.
12. Тихонова, С.А. Функционирование иноязычных вкраплений в эргонимах города Краснодара // Экология языка: южнороссийский опыт межкультурной коммуникации: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – Краснодар, 2023. – С. 162-168.
13. Указ Президента Российской Федерации от 25.01.2023 № 35 «О внесении изменений в Основы государственной культурной политики, утвержденные Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202301250004> (дата обращения: 26.01.2025).
14. Ходжагельдыев, Б.Д., Шурупова, О.С. Русский с английским привкусом (развитие русского языка в эпоху глобализации): монография. – М.: БИБЛИО-ГЛОБУС, 2017. – 348 с.
15. Федеральный закон от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации». – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/22441> (дата обращения: 26.01.2025).
16. Федеральный закон от 28 февраля 2023 г. № 52-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О государственном языке Российской Федерации"». – URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48976> (дата обращения: 26.01.2025).