

Самсонова Екатерина Сергеевна

**СТЕПЕНЬ ОСВОЕННОСТИ ИНОЯЗЫЧНЫХ ЕДИНИЦ ГОРОДСКИХ НАИМЕНОВАНИЯХ
ТОМСКА**

В статье рассматривается проблема употребления иноязычных слов в городских наименованиях, а также степень их освоенности в речи горожан разных возрастных и социальных групп. Автором представлена классификация иноязычных номинаций, отражающая этапы их освоения в языковом пространстве города.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2009/2/65.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2009. № 2 (4). С. 224-228. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2009/2/

© Издательство "Грамота"

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_phil@gramota.net

СТЕПЕНЬ ОСВОЕННОСТИ ИНОЯЗЫЧНЫХ ЕДИНИЦ В ГОРОДСКИХ НАИМЕНОВАНИЯХ ТОМСКА

Самсонова Екатерина Сергеевна

*Межфакультетская кафедра профессионального иностранного языка
Томский политехнический университет
twin16@tpu.ru*

Аннотация. В статье рассматривается проблема употребления иноязычных слов в городских наименованиях, а также степень их освоенности в речи горожан разных возрастных и социальных групп. Автором представлена классификация иноязычных номинаций, отражающая этапы их освоения в языковом пространстве города.

Ключевые слова и фразы: иноязычное слово; заимствование; степень освоенности; лексика города; номинация.

Язык - это живая, сложная и постоянно развивающаяся система с множеством связей, отношений и форм. Стратификация (дифференциация) языковых подсистем позволяет выделить различные формы существования языка (литературный язык, диалекты, жаргоны, койне и др.) и открывает все новые объекты для лингвистического исследования. Одним из таких целесообразно выделить язык города как индикатор «смены моделей социального поведения и появления новых ценностных ориентиров» [Китайгородская, с. 126], а именно - городские наименования и входящую в их состав иноязычную лексику. На постсоветском пространстве русского языка объем иноязычных слов значительно увеличился, появились новые лексические единицы (в основном из английского языка), используются новые необычные способы образования и семантизации названий городских объектов. Улицы современного Томска изобилуют результатами данной деятельности. Ср.: Эссо, Smile City, Блюменфрау, Глижен, Монро, Рив Гош и пр.

Объектом исследования является иноязычная лексика в составе наименований объектов инфраструктуры г. Томска. Предмет изучения - степень освоенности иноязычных слов в составе городских вывесок.

В ходе исследования было отобрано 135 названий магазинов, фирм, медицинских учреждений из разных районов города, которые были подвергнуты анализу.

Определим основные понятия, принятые в работе. Под *иноязычной лексикой* (лексикой иноязычного происхождения) понимаются любые слова и выражения, пришедшие из другого языка, вне зависимости от степени их освоенности в языке-реципиенте. *Заимствования* (лексические заимствования, заимствованные слова) - это элементы чужого языка, освоенные системой принимающего языка [Крысин, с. 35]. *Иностранная лексика* - иноязычные слова и выражения, не освоенные принимающим языком, сохраняющие «следы своего иноязычного происхождения в виде звуковых, орфографических, грамматических и семантических особенностей, которые чужды исконным словам» [Лотте, с. 158]. *Иноязычные вкрапления* - иноязычные слова, не меняющие своего графического облика, их употребление связано со степенью знакомства говорящего с иностранным языком, некоторыми стилистическими и жанровыми особенностями речи [Крысин, с. 60].

Представим классификацию иноязычных слов в составе наименований объектов инфраструктуры г. Томска с точки зрения степени их освоенности в речи горожан [Там же, с. 37].

1. Иноязычные вкрапления: «Big City» (англ. *big city* - большой город), «Le Delice» (фр. *le delice* - наслаждение, радость), «Longa Vita» (лат. *longa vita* - долгая жизнь), «Terra Nova» (лат. *terra nova* - новая земля), «Felici» (ит. *felice* - счастливый).

2. Транслитерированные языковые единицы - адаптированные графически при морфологической и семантической неосвоенности: «Блюменфрау» (нем. *Blumenfrau* - цветочница [Lingvo]), «Кэш» (англ. *cash* - деньги, наличный расчет [Там же]), «Лэнджери» (фр. *lingerie* - бельевого магазин [Там же]), «Нейл Сервис» (англ. *nail service* - обслуживание ногтей (досл.) [там же]), «Фэнтези» (англ. *fantasy* - воображение, фантазия, образ [Там же]), «Хоум кредит энд финанс банк» (англ. *Home credit and finance bank* - Банк домашних кредитов и финансирования (досл.) [Там же]). Данные номинации являются транслитерированными иноязычными вкраплениями.

3. Морфологически освоенные иноязычные номинации, которые функционируют в речи в совокупности своих словоформ, подчиняясь морфологическим законам языка-реципиента. Поскольку иноязычная лексика представлена именами, то формы их словоизменения - это падежные формы. Наименования городских объектов являются именами собственными, не имеющими форм множественного числа: «Avelon», «Chicken», «Ellipse», «Underground», «Глижен», «Таргет».

А: Была в Avelone? Там вывесили новые кофточки!

В: Я сегодня обедала в Chicken.

4. Семантически ассимилированные лексические единицы: «Ажур», «Канцлер», «Мираж», «Форум».

5. Деривационно активные заимствования (прошедшие словообразовательную ассимиляцию): «Бомонд», «Мираж», «Тайфун», «Форум» - не имеют производных, и слова «Визит», «Превентива», «Стимул» - произношение которых согласуется с правилами произношения русских слов и которые имеют словообра-

зовательные дериваты: *визитёр, визитница, превентивный, превентор, стимулирование, стимулирующий*.

б. Заимствования, прошедшие завершающую стадию освоения, зафиксированы в нормативных словарях иноязычных слов (об этапах освоения иноязычного слова см. [Там же, с. 26]), семантизация данных номинаций не представляет для носителя языка сложности. Названия «Грация», «Дебют», «Легион», «Озон», «Профиль», «Радар», «Спектр» и др. вошли в нормативный Толковый словарь иноязычных слов [Крысин] и другие лексикографические издания.

Многообразие форм и стиливых решений при выборе приведенных выше названий часто имеет рекламный характер. Компании, предоставляющие товары и услуги, стараются выделиться из многообразия себе подобных посредством звучного и привлекающего внимание имени. В результате оно выбирается из малоосвоенных иноязычных слов и словосочетаний, либо на их основе создается новое.

Например:

А: Мама, пойдём в Пентагон!

В: Он же в Америке, дочь, далеко идти придется!

А: Да ну, ты что, это же магазин джинсовой одежды!

С: В Smile City распродажа товаров по низким ценам!

С целью установления степени семантической ассимиляции иноязычных наименований городских объектов в рамках данного исследования был проведен лингвистический эксперимент в нескольких возрастных группах информантов разной специальности и разным уровнем образования.

В качестве респондентов выступило пять групп информантов:

- 1) студенты старших курсов технического вуза г. Томска (57 чел.), медицинского вуза (12 чел.);
- 2) выпускники гуманитарного вуза г. Томска в возрасте 22-28 лет (16 чел.);
- 3) выпускники гуманитарного вуза г. Томска в возрасте после 30 лет (15 чел.);
- 4) информанты старше 30 лет без лингвистического образования (6 чел.);
- 5) информанты от 50 до 60 лет без лингвистического образования (9 чел.).

Участникам опроса было предложено несколько слов из списка иноязычных названий (см. ниже), с которыми необходимо было сделать следующее:

- объяснить значение слова;
- ответить, соответствует ли значение данного слова специфике предлагаемых товаров и услуг.

В задачи исследования входит определение степени семантической освоенности иноязычных слов в составе названий объектов инфраструктуры города, а также соотнесение полученных результатов с портретом языковой личности, национального характера, психологическом обеспечении условий усвоения чужих языковых единиц [Караулов, с. 35].

Материалом служили иноязычные номинации разной степени освоенности. Каждому информанту был предложен список из 10 различных лексем.

Из полученных ответов представим наиболее частотные в каждой группе информантов; материалы, полученные в результате эксперимента, изложены в последовательности, соответствующей группам информантов: 1 - студенты, 2 - выпускники гуманитарного вуза до 30 лет, 3 - выпускники гуманитарного вуза г. Томска в возрасте после 30 лет, 4 - информанты от 30 до 40 лет без лингвистического образования, 5 - информанты от 50 до 60 лет без лингвистического образования:

Longa Vita (лат. *longa vita* - долгая жизнь) [Lingvo]:

1) «Длинная жизнь». 2) «Соответствует специфике салона красоты, т.к. в переводе с итал. "longavita" - долголетие». 3) «Аптека, знаю и изначально мне понятно». 4) «Длинная жизнь». 5) «Не знаю, нет ассоциаций».

Большинство респондентов знакомо со значением данной языковой единицы, несмотря на его принадлежность к иноязычным вкраплениям. Очевидно, это связано с использованием фоновых знаний, знаний о мире, а не переводом конкретного слова [Караулов, с. 137].

Аптека Вита (лат. *vita* - жизнь) [Lingvo]:

1) «Аптека «жизнь». 2) «Вполне уже прижившееся название для аптек, Vita - жизнь (итал.)». 3) «Жизнь, хорошее название для аптеки». 4) «Витамин». 5) «Победа над заболеванием».

В данном случае вторая часть названия (Вита) может ассоциироваться с уменьшительной формой от имени Виолетта. Транслитерация лексемы из латинского языка не препятствует её правильной семантизации. Последнее объяснение связано с особенностями экспликации респондента.

Блюменфрау (нем. *Blumenfrau* - цветочница) [Там же]:

1) «Цветочная женщина, магазин цветов что ли?» 2) «Не знаю, что такое, но нечто женское». 3) «Какая-то фрау, цветущая что ли, вроде, тогда подходит, раз это цветочный магазин». 4) «Цветочная дама, наверняка магазин цветов». 5) «Не имею представления что это».

Коста Белла (итал. *costa bella* - красивый берег) [Там же]:

1) «Что-то пахнет карибским бассейном, как название острова, города звучит». 2) «Не знаю, что это такое, но могу предположить: bella - "красота, красавица", costa - "берег" (все с итал.). Если сложить, то получается "красивый берег, побережье". Это могло бы относиться к турфирме». 3) «Возможно, либо фитнес-центр, либо салон красоты. Белла - что-то высокое, красивое, элегантное». 4) «Что-то итальянское и красивое». 5) «Не имею представления».

Знакома одна часть слова. Полного понимания значения словосочетания нет, за исключением одного ответа.

Рив Гош (фр. *rive gauche* - левый берег) [Там же]:

- 1) «Причем здесь левый берег, на специфику намекает только французское происхождение слова».
- 2) «Думаю, это имя учредителя компании, как, например, Ив Роше». 3) «Магазин косметики. Не знаю, о чем речь, по названию не догадалась бы». 4) «Сумки такие, вроде, есть». 5) «Вообще не знаю».

Объяснения респондентов свидетельствуют о незнании значения данного слова (за исключением одного) в связи с тем, что оно транслитерировано из французского языка и является неосвоенным. Первый ответ верен потому, что отвечающий имеет лингвистическое образование и знает французский язык. В данном случае причиной понимания иноязычного обозначения является двуязычие, которое «может возникнуть при соприкосновении нескольких (и даже одного) носителей языка с иной языковой средой» [Крысин, с. 37].

Таймберри (англ. *time* - время, *berry* - ягода) [Lingvo]:

- 1) «Временная ягода». 2) «Салон часов и сувениров. Название вполне соответствует содержанию: time - время, правда не пойму, к чему здесь berry (ягодная тема - strawberry)». 3) «Что-то связанное со временем. Может, магазин часов, либо ремонт часов. Не знаю точно». 4) «Время ягода». 5) «Что-то временное».

Части данного новообразования являются известными для респондентов, но не в совокупности друг с другом. Ассоциация с предлагаемым в компании товаром и названием работает верно. Она занимается продажей часов и аксессуаров к ним.

Фэнтези (англ. *fantasy* - фантазия) [Там же]:

- 1) «Фантазия». 2) «Есть такое ателье. Если предположить, что там шьют просто фантастически, то название вполне соответствует». 3) «Фантастика. Предполагаю, что опять какой-нибудь салон-парикмахерская». 4) «Сказка, фантазия». 5) «Фантастика».

Сформировано правильное значение транслитерированного английского слова по причине того, что оно созвучно русскому заимствованию «фантазия», которое находится на последней стадии освоения и зафиксировано в словаре.

Ессо (ит. *esso* - вот!) [Там же]:

- 1) «Значения не знаю». 2) «Марка обуви. На мой взгляд, название соответствует. Речь идет о качественной обуви. Короткое, звучное название».

- 3) «Не знаю даже, знаю, что обувь, и все». 4) «Первая ассоциация - обувь, цены необоснованно высокие, о качестве известно понаслышке». 5) «Не знаю».

Данное иностранное слово не освоено, у информантов возникают ассоциации с маркой обуви, которая носит это название.

Mabel (англ. *Мейбл* - женское имя) [Там же]:

- 1) «Не знаю, что это». 2) «О косметике. Честно говоря, не звучит. Напоминает больше сотовые телефоны или авто». 3) «Что это???» 4) «Никаких ассоциаций, может, связано со строительством или дизайном». 5) «Что-то похожее на волейбол».

Обозначение предоставляемых услуг (изготовление и продажа мебели) созвучно с названием: Mabel [мэйбъл] и мебель [м'еб'ъл'].

Холдей классик (англ. *holiday* - каникулы, праздник, *classic* - классический) [Там же]:

- 1) «Значения не знаю». 2) «Классический отпуск». 3) «Типа классические каникулы, в переводе несимпатично получается совсем». 4) «Магазин всего». 5) «Не знаю, американский развлекательный комплекс».

Данная транслитерированное иностранное слово является неосвоенным, и, как следствие, несемантизированным для большинства респондентов. Более того, порядок слов не характерен для исходного английского языка, поскольку прилагательное «классический» должно находиться перед существительным «праздник».

Результаты исследования и выводы

Результаты проведенного исследования представлены в виде таблицы: в первой ячейке строки - порядковый номер, во второй - анализируемое название, в третьей - степень освоенности слова информантами 1 группы (студенты старших курсов технического вуза, медицинского вуза), в четвертой - 2 группы (выпускники гуманитарного вуза г.Томска в возрасте 22-30 лет), в пятой - 3 группы (выпускники гуманитарного вуза г. Томска в возрасте после 30 лет), и в шестой - 4 группы (респонденты от 30 до 40 лет без лингвистического образования), в седьмой - 5 группы (респонденты от 50 до 60 лет без лингвистического образования), в восьмой - общая степень освоенности.

	название	группа					степень освоенности
		1	2	3	4	5	
1	Le Delice	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2	Longa Vita	43%	44%	36%	40%	12%	33%
3	Ecco	0%	0%	0%	0%	0%	0%
4	Mabel	0%	0%	0%	0%	0%	0%
5	Modern	25%	47%	80%	35%	21%	42%
6	Аптека Вита	68%	41%	53%	45%	35%	48,4%

7	Блюменфрау	20%	24%	25%	17%	0%	17%
8	Бомонд	15%	43%	65%	40%	45%	42%
9	Визит	95%	100%	90%	100%	100%	97%
10	Грин	25%	30%	43%	28%	12%	28%
11	Дебют	35%	45%	80%	80%	65%	61%
12	Инженэт	8%	14%	0%	15%	0%	7%
13	Коста Белла	0%	60%	0%	0%	0%	12%
14	Легион	75%	65%	65%	70%	78%	70,6%
15	Монро	65%	55%	87%	80%	85%	74%
16	Нейл Сервис	24%	23%	44%	32%	14%	27%
17	Озон	75%	57%	86%	85%	75%	76%
18	Пентагон	25%	47%	76%	84%	95%	65%
19	Перфект	57%	58%	68%	83%	46%	62%
20	Профиль	56%	68%	72%	85%	78%	71,8%
21	Радар	75%	68%	84%	80%	65%	74%
22	Рив Гош	40%	0%	0%	0%	0%	8%
23	Салерно	20%	35%	50%	24%	12%	28%
24	Свит мама	30%	40%	38%	25%	16%	30%
25	Спектр	70%	76%	75%	65%	69%	71%
26	Таймберри	13%	11%	9%	5%	7%	9%
27	Тэйлор	6%	7%	15%	8%	4%	8%
28	Фэнтези	60%	60%	60%	40%	20%	48%
29	Холидей классик	20%	43%	34%	20%	15%	26%
30	Эскалье	0%	15%	0%	0%	0%	3%
	ИТОГО:						38%

На основании процентного показателя положительных ответов информантов выделим следующие группы иноязычных номинаций по степени их семантической ассимиляции:

1) полностью освоенные (70-100%): «Визит», «Дебют», «Легион», «Монро», «Озон», «Профиль», «Радар», «Спектр»;

2) неполностью освоенные (40-70%): «Modern», «Аптека Вита», «Бомонд», «Пентагон», «Перфект», «Фэнтези», «Холидей классик»;

3) частично освоенные (10-40%): «Longa Vita», «Блюменфрау», «Грин», «Коста Белла», «Нейл Сервис», «Салерно», «Свит мама», «Холидей классик»;

4) неосвоенные (менее 10%): «Le Delice», «Ессо», «Mabel», «Инженэт», «Рив Гош», «Таймберри», «Тэйлор», «Эскалье».

Освоенные заимствования не отражают специфики предоставляемых товаров и услуг, данное отношение весьма условно.

Нередко владельцы компаний и предприятий прибегают к выбору иноязычного названия с целью привлечь к себе внимание. В результате этого в лексике города присутствует большое количество лексических единиц из других языков, которые не соотносятся у носителей языка с их родным языком. Если говорить в более общем смысле, современный русский язык перенасыщен лексикой иноязычного происхождения элементами терминологического аппарата, в связи с чем «для массового читателя возрос уровень непонятности текстов, наполняющих сферу массовой коммуникации» [Какорина, с. 478]. Однако в непрерывном процессе интернационализации языков данное явление неизбежно.

Список литературы

- Аренс Б. Современная реклама [Электронный ресурс]. URL: <http://www.doclist.ru/ebooks/reklama/1402.html> (дата обращения: 18.10.2009).
- Какорина Е. В. Иноязычное слово в речевом узусе разных социальных групп (по данным социолингвистического опроса) // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. М.: Studia Philologica, 2003. С. 455 - 481.
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: URSS, 2007. 264 с.
- Китайгородская М. В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. М.: Studia Philologica, 2003. С. 126-151.
- Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М.: Языки славянской культуры, 2004. 884 с.
- Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов. М.: Эскмо, 2005, 944 с.
- Лотте Д. С. Заимствование // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. 2-е изд. С. 158-159.
- Электронный многоязычный словарь *ABBYY Lingvo*.

THE DEGREE OF THE ASSIMILATION OF FOREIGN UNITS IN TOMSK CITY NAMES

Samsonova Ekaterina Sergeevna

*Inter-Faculty Department of Professional Foreign Language
Tomsk Polytechnical University
twin16@tpu.ru*

Abstract. In the article the problem of the use of foreign words in city names and the degree of their assimilation in the speech of the townspeople of different age and social groups is considered. The author presents the classification of the foreign nominations reflecting the stages of their assimilation in the language space of the city.

Key words and phrases: foreign word; loanword; degree of assimilation; city lexicon; nomination.

ПОЗИЦИОННОЕ ЧЕРЕДОВАНИЕ В СИСТЕМЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ ФОРМ
(НА БАЗЕ КАТЕГОРИИ ЧИСЛА)

Семёнова Галина Николаевна

*Кафедра иностранных языков
Волгодонский институт (филиал) Южно-Российского государственного технического университета
galinasem@bk.ru*

Аннотация. В статье даётся обзор существующих точек зрения на позиционное чередование в системе грамматических форм (на базе категории числа). Усилия многих исследователей грамматической семантики были нацелены на то, чтобы обнаружить инвариантное (общее) значение, присущее, во-первых, категории числа в целом и, во-вторых - инвариантное значение каждой из форм, составляющих числовую оппозицию.

Ключевые слова и фразы: грамматические формы; категория числа; вариантность; инвариантное значение; числовые формы; имена pluralia tantum.

В языках мира самой частой из именных категорий является категория числа. Языки с категорией числа отличаются друг от друга «масштабностью» этой категории:

1. число выражается формально у всех частей речи (русский, немецкий, французский, хинди);
2. нет числовых различий у прилагательных (английский, венгерский, турецкий, японский, китайский, корейский, монгольский);
3. не различается число у глагола (английский - в 1 и 2 лице, скандинавские языки, японский, монгольский, китайский);
4. имеются факультативные различия чисел у существительных (турецкий, монгольский).

С сосюрковским разграничением языка и речи тесно связано чрезвычайно популярное в лингвистике середины XX столетия различение инварианта и вариантов. Вариантность чаще всего понималась как представление о разных способах передачи какой-либо языковой сущности, о ее модификациях. Другое понимание - более широкое - трактует вариантность вообще как основной способ существования и функционирования языковой системы. Вариант при этом понимается как проявление одной и той же языковой сущности, а инвариант - абстрактное обозначение одной и той же сущности в отвлечении от конкретных реализаций, модификаций [Лингвистический энц. сл., с. 80]. Но если на фонетико-фонологическом уровне различие инвариантов (фонем) и вариантов (аллофонов) явное и яркое, то при описании значимых единиц языка, тем более - репрезентирующих грамматические значения - противопоставление вариантов и инварианта не столь очевидно. Это в полной мере относится и к категории числа.

Усилия многих исследователей грамматической семантики были нацелены на то, чтобы обнаружить инвариантное (общее) значение, присущее, во-первых, категории числа в целом и, во-вторых - инвариантное значение каждой из форм, составляющих числовую оппозицию. Однако анализ употребления числовых форм привел только к выводу, что «нет ясности и прозрачности ни в онтологии, ни в гносеологии, ни в собственно языковых аспектах этой категории» [Ревзина, с. 66-78], а мысль «о семантической стандартности грамматических значений представляется далекой от реального положения дел» [Плунгян, 2000]. Число, как «категория обобщающего учета» [Ломовцева, с. 71-79], выполняет и множество иных функций, и потому точка зрения на природу номинативных элементов значения категории числа, согласно которой в основе всех числовых противопоставлений лежит противопоставление единичности и множественности, не дает вполне адекватной интерпретации их сущности. Различение одного и больше чем одного предметов предполагает реализацию счета, связанную с понятием числа. Счет же, равно как и измерение, является в первую очередь средством выявления количественной определенности, тогда как грамматическое значение множе-