

Языковая норма в эргономиконе г. Казани

А.Р. Исмагилова

кандидат филологических наук, старший преподаватель
Казанский федеральный университет, Казань,
Россия, aismagil@kpfu.ru

М.И. Солнышкина

доктор филологических наук, профессор
Казанский федеральный университет, Казань,
Россия, mesoln@yandex.ru

Э.В. Гафиятова

доктор филологических наук, доцент
Казанский федеральный университет, Казань,
Россия, rg-777@yandex.ru

М.Б. Казачкова

кандидат филологических наук, доцент
МГИМО (университет), Москва, Россия,
MBKazachkova@yandex.ru

Аннотация. В статье предложена классификация способов образования эргонимов г. Казани. На материале более 700 эргонимов, собранных в период с 2014 по 2018 г., показаны основные тенденции изменения графической составляющей лингвистического ландшафта современного города. Сделан вывод о том, что преимущественное использование иноязычных элементов для привлечения внимания целевой аудитории ведет к изменению языковых норм.

Ключевые слова: способы образования, эргоним, г. Казань, языковая норма

Language norm in the ergonomics of Kazan

Aliya R. Ismagilova

Cand. of Sci. (Philology), senior lecturer
Kazan Federal University, Kazan, Russia, aismagil@kpfu.ru

Marina I. Solnyshkina

Dr. of Sci. (Philology), professor
Kazan Federal University, Kazan, Russia, mesoln@yandex.ru

El'zara V. Gafiyatova

Dr. of Sci. (Philology), associate professor
Kazan Federal University, Kazan, Russia, rg-777@yandex.ru

Maria B. Kazachkova

Cand. of Sci. (Philology), associate professor
MGIMO (University), Moscow, Russia, MBKazachkova@yandex.ru

Abstract. The article proposes the classification of ways of education of ergonomics in Kazan. The material of more than 700 ergonims collected between 2014 and 2018 shows the main trends of changing the graphic component of the linguistic landscape of the modern city. It is concluded that the preferential use of foreign-language elements to attract the attention of the target audience leads to a change in language norms.

Keywords: ways of education, ergonomics, Kazan, language norm

Современный эргономикон большого города – хороший полигон для исследования изменений не только в языке, но и норме языка как «образце единообразного, общепризнанного употребления элементов языка (слов, словосочетаний, предложений)» [Руднева 2013, с. 198]. Признавая, что норма направлена на сохранение языковых средств и правил их использования, накопленных в данном обществе предшествующими поколениями [Литвинов 2013], укажем также, что норма не остается статичной, норма подвижна, а каждый исторический вариант имеет собственные формы и новые смыслы. Известно, что нормы поддерживаются общественно-речевой практикой посредством художественной литературы, сценической речи и радиовещания. Однако на сегодняшний день не всякое литературное произведение или радиопрограмма может служить образцом нормативного употребления языка, так как сфера строгого следования нормам языка значительно сузилась. По мнению В.А. Литвинова, «литературный

язык в современном мире заметно меняет свой статус. Норма становится менее жесткой, допускающей вариативность. Поэтому норма сегодня – это часто не столько запрет на что-то, а возможность выбора, и литературный язык легко впитывает в себя прежде запретные средства языкового выражения» [Литвинов 2013]. На изменения языковой нормы большое влияние оказывают средства массовой информации, которые охватывают большое число населения разных возрастных и социальных групп. Такое влияние на средства массовой информации оказывает процесс глобализации, который способствует вторжению большого числа иноязычных слов и в другие сферы жизнедеятельности человека. Средства массовой информации перенимают формат западных телепрограмм, а также в телеэфире или печатных публикациях активно используются иноязычные заимствования, жаргонизмы, просторечие и даже бранная лексика для усиления экспрессии и авторского отношения к той или иной ситуации. Немаловажную роль в изменении языковых норм играют современные информационные технологии, которые меняют не только языковые нормы, но и способы употребления языковых норм. Многообразные знаковые формы коммуникации (аббревиатуры, акронимы, эмотиконы) становятся заметной особенностью в лингвистике и связаны с комбинацией слов и изображений для передачи информации [Мифтахова 2012].

В эргонимиконе полиэтнических городов отклонения от языковой нормы создаются с целью достижения различных эффектов, таких как комичность, экспрессивность и т.д. При этом отклонения реализуются орфографически, графически, морфологически и синтаксически. Например, активное совмещение латиницы и кириллицы направлено на привлечение внимания молодежной аудитории к городским объектам [Крылов 2015]. Орфографическая интерференция как одно из средств отклонения от языковой нормы направлена на охват как можно большего количества потенциальных клиентов. Например, в случае с татарским языком в г.Казани происходит замена татарских букв русскими (Ашхана – Ашханә, Байрам – Бәйрәм) [Ампинова 2011, с. 68].

Значительные изменения нормы наблюдаются в современном эргонимиконе г. Казани. Авторский корпус эргонимикона современной Казани, собранный в период с 2014 по 2018 г., имеет в своем составе наименования, референтами которых являются следующие объекты: магазины (325), организации общественного питания (170), медицинские учреждения (98) и объекты деловой сферы (97). Среди эргонимов г. Казани наибольшее количество иностранной лексики встречается в наименованиях коммерческих объектов (203), в особенности в наименованиях магазинов (61),

объектов в сфере общественного питания (56) и туристской отрасли (39). Отсутствие каких-либо ограничений в Законе о языках Республики Татарстан при номинации коммерческих учреждений на иностранных языках привело к тому, что количество иноязычных номинаций (223) в эргонимиконе г. Казани превышает количество наименований объектов на татарском языке (114). Многоязычие г. Казани, интенсивность языковых контактов, а также языковая политика Республики Татарстан, нацеленная не только на сохранение и развитие языков народов Российской Федерации, но и на активные международные контакты, способствовали формированию мультилингвального и мультиграфемного эргонимикона в Казани. При этом наиболее характерными функциями для эргонимикона Казани являются информативная, рекламная, мемориальная и аттрактивная функции [Ismagilova et al. 2011, с. 93–95, 7, с. 150–156].

При образовании современных эргонимов г. Казани наиболее продуктивным способом остается словосложение, в результате которого компоненты эргонима объединяются посредством либо сращения (Ситистрой, магазин, Sportline, магазин), либо интерфикса (Евросеть, магазин, Евромобель, магазин). На втором месте по продуктивности – аббревиация, реализуемая в инициальных аббревиатурах (СПБ, кафе, МТС, магазин, KFC, кафе, ГУМ, магазин, DNS, магазин), синтаксически усложненных инициальных аббревиатурах (KFCexpress, кафе, БКС Премьер, финансовая компания), также в слоговых аббревиатурах (Татфондбанк, Татарский фондовый банк, Сбербанк). Велика доля усечений: Абсолют банк, стоматология Dental, Алло фарм (аптека). Семантический способ слово- и фразообразования реализуется в метафорической онимизации (Роза Любви, тсвадебный салон, Лавка Чудес, магазин подарков, Вернисаж ремесел, магазин, Добрая столовая) и метонимической онимизации (MeatHouse, кафе, Дом книги, магазин).

Эргонимикон города имеет ряд прямых заимствований из иностранных языков: английского (161: Lady and gentleman city, магазин, LifeStyle, магазин); итальянского (24: Pronto, кафе, Pesto, кафе, Капричио, магазин, Лавори, магазин, Брависсимо, магазин); французского (15: Rue de la moda, магазин, Porte у Luce, магазин); испанского (13: Fiesta, праздничное агентство, Амбиенте, кафе, Альгамбра, магазин, Мирра, магазин, Эль Дорадо, магазин, Бонито, кафе); арабского (3: Аль Араби, кафе); греческого (2: Mouzenidiz travel, туристическое агентство, Моузэнидис Трэвел, туристическое агентство); турецкого (1: Кебаб сити, кафе).

Высок процент контаминированных единиц: их общее количество выросло за последние 5 лет с 12% в эргонимиконе 2011 г. до 28% в 2017 г. [8, с. 54–57]. Например, Импер – I – я, Хоросhow,

Двернофф, Virсинг, СПб, Vir зал, Тинькофф, Веегложа, Перцов, Горожанин, АвтоКузов, Иномаркофф, Росбанк societe generale group, Kamaz вакиллеге, Представительство Kamaz, Шалапин Kazan Palace Hotel, Tesla партнёр, Tour люкс туризм, Аризона tattoo, Лайма star, VHR межрегиональная регистрационная компания, Fur трэвел, Сушилар, Сушилар и пицца, Betclub.

Ряд эргонимов характеризуем как неоднозначные, поскольку различные категории носителей языка могут воспринимать их по-разному, в зависимости от возраста и степени владения иностранными языками. Например, эргоним «Хорошо» можно рассматривать как результат словосложения русского и английского слов «Хорошее Шоу (show)», а также как «HorrorShow» (Ужастик, ужасное шоу), образованное от транслитерированного усеченного до Horror (ужас) и show (зрелище). Эргоним «Сушилар» является результатом контаминации японского слова «суши», которое активно функционирует в современном русском дискурсе, и окончания множественного числа татарского языка-лар. Значение данного эргонима «Сушилар» может быть ясным для потребителей, которые владеют обоими языками: русским и татарским. Однако для многих потенциальных клиентов, не владеющих одним из языков, данное слово может оказаться непонятным.

Существует ряд эргонимов, потенциально имеющих способность стать причиной отклонений от языковой нормы. Например, эргоним «Веегложа» и его транслитерированный вариант «Биирлога» использованы на вывеске одного из баров в центре г. Казани. Использование такого рода транслитерации может способствовать появлению ошибок при написании слова «берлога».

Язык на любом этапе своего развития требует наличия языковой нормы как инструмента, необходимого для формирования языковой культуры и интеллектуального развития этносов. Формирование нормы языка – это необходимое условие для сохранения национальной идентичности и функционирования языка в разных областях жизнедеятельности с учетом его норм. Интеграция языков, их взаимовлияние и обогащение стирают национальные рамки города, а распространение иноязычной лексики в номинации городских объектов свидетельствует об изменении культурных и языковых предпочтений жителей города. Повышенный интерес к изучению восточных языков (в особенности к китайскому и арабскому), активное экономическое, технологическое, культурное и социальное развитие восточных стран приводят к активной интеграции западных и восточных реалий в целом, что не может не отразиться и на отдельных эргонимах.

Литература

- Ампилова 2011 – *Ампилова Р.М.* Татарская эргонимия города Казани: дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук. Казань, 2011.
- Крылов 2015 – *Крылов Ю.В.* Нарушение норм языка в рекламном дискурсе (прием и антиприем). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/narushenie-norm-yazyka-v-reklamnom-diskurse-priem-i-antipriem>
- Литвинов 2013 – *Литвинов В.А.* Исторический характер лингвистической нормы. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoricheskiy-harakter-lingvisticheskoy-normy>
- Мифтахова 2012 – *Мифтахова Р.Г.* Влияние информационных технологий на развитие лингвистических норм. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-informatsionnyh-tehnologiy-na-razvitie-lingvisticheskikh-norm>
- Руднева 2013 – *Руднева А.В.* Русский язык. – М.: Эксмо, 2013. – 224 с.
- Солнышкина и др. 2015 – *Солнышкина М.И., Шигапова Ф.Ф., Габдрахманова Р.Р.* Лингвистические маркеры этнолингвистической и профессиональной идентичности // *Филология и культура*. 2015. № 4 (42). С. 150–156.
- Солнышкина, Исмагилова 2017 – *Солнышкина М.И., Исмагилова А.Р.* Топонимы и антропонимы в эргонимиконе г. Казани // *Вестник Вятского государственного университета*. 2017. № 8. С. 54–57.
- Ismagilova et al. 2011. – *Ismagilova A.R., Solnyshkina M.I.* Ergonyms as an integral part of city toponymy: the case of Kazan // *A.R. Ismagilova, M.I. Solnyshkina. В сборнике: Обучая, вдохновляя: к новым высотам педагогического мастерства: Материалы XXI международной конференции национального объединения преподавателей английского языка в России.* – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т. 2015. С. 93–95.