

DOI: 10.33184/dokbsu-2026.2.11

## Заимствование как трансформатор культурного кода

Ю. А. Иванцов\*

*Челябинский государственный университет*

*Россия, Челябинская область, 454001 г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129.*

*\*Email: 20ivantsov20@gmail.com*

Данная статья посвящена феномену языкового пуризма на примере пуристских ассоциаций Германии, закона Тубона во Франции, а также современного законодательства Российской Федерации. Исследуется влияние заимствований на культурную и национальную идентичность. Особое внимание в работе уделяется роли государственной политики, законодательства и общественного восприятия в регулировании языковых процессов. На примере заимствований, употребляемых в городе Челябинск, исследование демонстрирует, что иноязычные слова могут влиять не только на язык, но и уникальность культуры.

**Ключевые слова:** заимствование, языковой пуризм, языковое законодательство, национальная идентичность.

Международное взаимодействие, сопровождающееся процессом глобализации, привносит новизну в контактирующую культуру – от политики и развлечений до языка. Отношение к проникновению в культуру иностранного языка является амбивалентным. Одни выступают за то, что язык подобен живому организму, который способен практически самостоятельно эволюционировать, избавляться от лишних элементов и порождать новые. Другие говорят о защите родного языка от экзогенных (заимствованных) слов. Языковые явления могут проникать в другие культуры и влиять на них как позитивно, обогащая лексический состав, так и негативно, привнося варваризмы, не выполняющие определенной функции в языке-реципиенте.

Нельзя игнорировать тот факт, что языковые изменения – это отражение более глубоких культурных сдвигов. Исследователи уверены, что «в современном мире „идеология, выраженная в языке“, постоянно передается с помощью того, что теперь называют мягкой силой. Одна из сторон навязывает другой поведение, а зачастую и взгляды» [1]. Вильгельм фон Гумбольдт отмечал, что «благодаря своему характеру, языки могут воздействовать не только на все поколения народов, говорящих на них, но и на другие языки». В нашем исследовании мы обращаем особое внимание на слово «воздействовать». Семантическое значение слова находим в толковом словаре Д. Н. Ушакова: «Воздействие – система действий, имеющих целью повлиять на кого-что-н.» [17]. Акцент на использовании этого слова не является случайным – языки действительно могут оказывать влияние друг на друга «за счет заимствования элементов из другого,

контактирующего языка» [6]. Однако слово «воздействие» подчеркивает активный односторонний преобразующий характер действия одного объекта над другим, не отражая языковую синергию, как в словах «взаимодействие» или «взаимообогащение».

Исходя из суждения о навязывании идей и поведения со стороны другой культуры, язык, как и культура, нуждается в защите от излишнего экзогенного влияния на него. Такую цель на протяжении многих веков преследовали пуристские объединения. Анализируя научную литературу, посвященную языковому пуризму, ученые нередко ссылаются на работу Томаса Джорджа. Ученый дает следующее определение языковому пуризму – «проявление стремления языкового сообщества (или какой-то его части) сохранить язык или избавить его от предполагаемых иностранных элементов или других элементов, которые считаются нежелательными (включая те, которые происходят из диалектов, социолектов и стилей того же языка)». Это может касаться всех языковых уровней, но в первую очередь – лексики [20].

Проблема включения иноязычных лексических единиц в язык не характеризуется локальностью, а прослеживается почти в каждом языке мира, т.к. «нет и быть не может ни одного чистого, не смешанного языкового целого» [3]. Более того, употребление иноязычных слов меняет не только сам язык, но также культуру и социум. Андреас Гардт в своих трудах указывает на проявления пуризма в различных дискурсах:

1. В структурном дискурсе – критика заимствованных слов с точки зрения грамматики, синтаксиса и лексики.
2. В идеологическом дискурсе – связь языка с национальной идентичностью, рассмотрение иностранных слов как угрозу культуре.
3. В педагогическо-социологическом дискурсе – иностранные слова могут создавать барьеры между образованными и необразованными слоями общества.
4. В стилистическом дискурсе – критика иностранных слов с точки зрения поверхностности или псевдоинтеллектуальности [19].

Употребление иноязычной лексики может разрушать целостность языковой системы; представлять угрозу культурной чистоте и самобытности; затруднять участие в дискуссиях людей, которые не владеют данным термином на иностранном языке; создавать ложное впечатление образованности, то есть употребляться поверхностно и неуместно.

Диакронический анализ появления и функционирования пуризма на примере истории Германии показывает, что ученые и «непрофессионалы» стремились к очищению языка в разные исторические периоды. Так, в эпоху барокко в XVII в. в Германии появляются языковые сообщества, которые борются за очищение языка от латинского и французского влияния [21]. В эпоху Просвещения Иоганн Кристоф Готтшед и Иоганн

Кристоф Аделунг способствовали нормированию языка, тем не менее не исключали употребления иноязычных слов. В то же время Готфрид Вильгельм Лейбниц рассматривал процесс заимствования иноязычных слов крайне радикально, предполагая, что «немецкому языку угрожает упадок или даже вымирание» [21]. В настоящее время в Германии функционируют ассоциации, например, Verein Deutsche Sprache, которые также активно критикуют использование англицизмов в немецком языке.

Во Франции защита государственного языка закреплена через законодательство, а именно – закон Тубона №94-665 от 4 августа 1994 г. [11]. Данный закон определяет главенство французского языка как основного официального в некоторых областях (образование, сфера услуг и труда). Предпосылками подписания закона стало растущее доминирование английского языка и культуры во Франции в 1990-е гг. Необходимо отметить, что пуристские взгляды на язык существовали и ранее, но на уровне академий или интеллектуальных сообществ. В отличие от классического пуризма, который функционировал на рекомендательном уровне, закон Тубона носит обязательный характер. Как результат, во французском публичном пространстве все сложнее найти иностранные слова: вывески, названия магазинов, реклама, указатели – вся информация предоставляется на французском языке. Более того, данный закон стимулирует творческий процесс при замене терминов и лексики иностранного (чаще английского) происхождения, отчего появляется задача «снабдить население необходимыми языковыми ресурсами, способными адекватно выразить значения тех или иных англоязычных слов с целью уберечь французский язык от засилья англицизмов» [18]. Создание официальных эквивалентов вместо заимствований трансформирует языковую защиту в форму культурного протекционизма, утверждая национальный суверенитет через превалирующее употребление французского языка как основного культурного кода в общественной жизни.

Эволюция русского языка сопровождается заимствованиями на протяжении многих веков. Еще в VIII–XII вв. из скандинавских языков в состав русского языка вошли слова, являющиеся актуальными и на сегодняшний день, например, «ябеда», «плут», «клеймо». Под влиянием Золотой Орды в русский язык вошли такие слова, как «казна», «караул», «башка» и др. Большое количество слов, наряду с немецким, английским, французским и другими, пришло из греческого и латинского языков, например, «грамматика», «философия», «алфавит», «конституция», «политика», «экономика» и другие [5].

В настоящее время ситуация с заимствованиями в русскоязычном пространстве демонстрирует противоречивый характер. С одной стороны, заимствования закрывают терминологические лакуны в цифровой сфере, технологиях, бизнесе и других. С другой – количество заимствований стало настолько большим, что может угрожать самобытности языка.

На заседании Совета по реализации госполитики в сфере поддержки русского языка и языков народов России президент В. В. Путин отметил, что «принципиально важно последовательно избавляться от вульгарных и механических иностранных заимствований, которые не обогащают, а, напротив, засоряют, коверкают наш язык. Тем более если те или иные термины давно имеют аналоги в русском языке» [7]. Русский язык часто выделяется президентом как ключ к духовной и национальной идентичности. Развитие государственного языка является важной составляющей «гражданского единства, общероссийской гражданской идентичности, межнационального и межконфессионального согласия и единства, а также защиты традиционных российских духовно-нравственных ценностей» [15].

Стремление укрепить статус русского языка в РФ отразилось в законопроекте № 468229-8 «Об обеспечении использования в публичном пространстве русского языка как государственного языка Российской Федерации», схожем с французским законом Тубона [12]. Закон обязует использовать русский язык как основной на вывесках, информационных табло и указателях в магазинах, а также в общественных местах. Закон допускает дублирование информации на языках народов России или на иностранных языках, но не регламентирует правила перевода с русского на иностранные языки.

Использование англоязычных названий может рассматриваться как: 1) угроза русской языковой среде (далее по А. Гардту – идеологический пуризм), когда использование англицизмов становится повсеместным; 2) барьер между людьми, владеющими английским языком, и людьми, которые не способны определить топоним по его английскому переводу (педагогическо-социальный дискурс). По нашему мнению, дублирование информации на иностранном языке должно решать определенную практическую задачу (в нашем примере – коммуникативную). Согласно идеям Вильгельма фон Гумбольдта, каждый язык формирует вокруг каждого индивида и народа уникальное миропонимание, которое ученый сравнивает с «кругом», и покинуть который можно тогда, когда человек «вступает в круг другого языка» [4]. Навязывание англоязычных обозначений в публичном пространстве предстает попыткой «ввести» городское сообщество в чужой «круг» силой. Следовательно, суть конфликта заключается не в поиске корректного перевода, а в борьбе за право определять собственный культурный код.

Для соблюдения закона необходимо четко определять, какие слова относятся к иностранным, а какие нет. Как мы отметили ранее, из-за постоянного контакта с другими языками, в русский язык пришло большое количество новых слов, из-за чего существует вероятность отнесения слова к иностранному. А. Башук, юрист по интеллектуальной собственности, дает пояснение, что «иностранными теперь считаются все

слова, которых нет хотя бы в одном из четырех словарей. Неважно, написано слово на латинице или кириллице. Нет в словаре – значит иностранное» [2].

Нормативными словарями, фиксирующими нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, являются:

Орфографический словарь русского языка как государственного языка Российской Федерации (разработчик – федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук).

Орфоэпический словарь русского языка как государственного языка Российской Федерации (разработчик – федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт русского языка им. В. В. Виноградова Российской академии наук).

Словарь иностранных слов (разработчик – федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт лингвистических исследований Российской академии наук).

Толковый словарь государственного языка Российской Федерации (разработчик – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»). Часть 1 (А–Н). Часть 2 (О–Я) [10].

Использование английского языка в топонимах и микротопонимах несет коммуникативную функцию: англоговорящие туристы могут уточнить у местного населения свое местоположение; определить маршрут и интересующие их локации. Рассмотрим пример дублирования топонимов на английском языке в городе Челябинск. В 2019 г. в городе проводилась кампания по обновлению остановочных комплексов, названия которых были написаны на русском и английском языках. У общественности такое нововведение вызвало смешанные эмоции, так как не все вывески имели одинаковый способ перевода: часть из них подверглась переводу, а другая – транслитерации. Примером могут послужить названия таких остановок, как «Площадь Павших революционеров (англ. — *Fallen Revolutionaries Square*), «Зоопарк» (*Zoo*), «Оперный театр» (*Opera Theater*), «Сад Победы» (*Victory Garden*), «ТРК Родник» (*Shopping Complex Rodnik*), «25-й микрорайон» (*Microdistrict 25*) с одной стороны, и «Детский мир» (*Detskiy Mir*), «Гражданпроект» (*Grazhdanproyekt*), «Алое поле» (*Aloye Polye Park*) – с другой. В управлении дорожного хозяйства города Челябинск объяснили этот подход следующим образом: «Главное – это навигация, максимально комфортное, понятное пространственно-географическое ориентирование иностранных граждан в столице Южного Урала и вместе с тем их знакомство с историко-культурным, смысловым обликом нашего города ...» [14]. Моделируя реальную ситуацию, где турист спрашивает у местных путь от/до определенной остановки, можно сказать, что местный человек не все-

гда может ответить на вопрос «*Where is Fallen Revolutionaries Square?*» из-за отсутствия достаточных знаний английского языка. На новостном сайте Челябинска «74.ру» жители задаются вопросом: «Для кого делаются названия остановок на английском языке? Для иностранцев, которые приехали в Челябинск. Они должны каким-то образом сориентироваться в городе, не владея русским языком» [14].

Другим примером «загрязнения» русской языковой среды могут послужить названия магазинов города Челябинск: «*Happy Smart*», сеть «*AllTime*», «*Sneakerbox*», «*Coffee Story*», «*CityStress*», «*Access*», «*Body Hack*», «*Coffee Like*», «*Di Jeans Market*» и другие. Эти эргонимы отражают тенденцию использования иностранной лексики в качестве маркетингового инструмента. Вероятно, такая тенденция началась еще во времена СССР, где продукты заграничного производства ценились людьми за более высокое качество. Более того, такие продукты в советском пространстве считались символом престижа. Например, сигареты «*Marlboro*» и «*Winston*», газированная вода «*Coca Cola*», плавленый сыр «*Viola*», шоколадная паста «*Nutella*» и другие. Употребление англицизмов в названиях магазинов привносит в русскую культуру своеобразный семиотический код, проводящий четкую ассоциацию – продукты или магазины, называемые на иностранном языке, и слово «качество» представляются покупателю равнозначными.

С точки зрения маркетинга, правильное название может «хорошо отражать эмоции, позиционирование товара/услуги и имидж компании» [9]. Употребление иноязычных названий может нести рекламную функцию, главной задачей которой выступает привлечение внимания клиентов. С точки зрения маркетинга, правильное название может «хорошо отражать эмоции, позиционирование товара/услуги и имидж компании». Иностранное слово (чаще английское) создает в сознании покупателя ассоциацию с актуальными трендами, позиционируя ориентацию на продвинутых покупателей [13].

Наглядным примером языковой гибридации и формирования нового культурного кода могут послужить названия снековой продукции, представленной на полках магазинов в Челябинске. Данный сегмент, релевантный для молодежи, демонстрирует разные подходы к названию продуктов. С одной стороны, используются уже традиционные названия, указывающие на вкус продукта («Кетчуп», «Краб»). С другой стороны, мы наблюдаем активный процесс языковой гибридации, где одна часть представляется на русском, а другая на английском языке. Такие названия, как «Крейзи кепчук» (от англ. *crazy* — «безумный», а кепчук — малпропизм, разговорно-искаженное название вместо «кетчуп») и «Краб на чилле» (от англ. *chill* — «расслабленность») конструируют сложный образ для русского человека, апеллируя к гастрономическим вкусам в комбинации с эмоциональным настроением («безумство», «расслабленность»). Преследуя конкретные маркетинговые цели, внедрение иноязычных слов сопровождается формированием «чужого» культурного кода в русской языковой среде. Лингвист Н. Н. Болдырев отмечает: «Язык — часть нашего сознания, и он живет в человеке, в его

сознании и в обществе. Это код культуры. Это символ культуры. Когда мы начинаем использовать ... зарубежные слова, мы ... свой код уничтожаем или подменяем. Когда я слышу иностранное слово – англицизм, у меня непроизвольно всплывает в сознании код „той“ культуры ...» [16].

Таким образом, языковой пуризм представляет собой сложный феномен, охватывающий язык, культуру и политику. История показывает, что пуристские настроения исследователей и лингвистов наблюдались на протяжении нескольких веков, охватывая разные страны. В Германии существовали и продолжают функционировать ассоциации, выступающие за защиту немецкого языка: изначально от латинских и французских заимствований, а в настоящее время и английских. В борьбе с заимствованиями Франция определила национальные языковые векторы юридически – принятие закона Тубона значительно популяризировало употребление французского языка в общественном и политическом пространствах. Языковое окружение и употребление французского языка установило «связь между французским языком и национальным государством: язык символизирует или представляет само национальное государство, следовательно, защита языка – это серьезный геополитический вопрос» [8].

История русского языка демонстрирует, что заимствования были и остаются естественным механизмом развития, которые заполняют терминологические лакуны и отражают новые явления. Несмотря на практическую необходимость в заимствованиях, российское сообщество сталкивается с опасностью утраты культурной самобытности. Для контроля над употреблением заимствованной лексики в России вводят законы, регулирующие языковую политику. Излишнее или неуместное употребление заимствований прослеживается в современном публичном пространстве – от дублирования топонимов до коммерческого нейминга. Город Челябинск предстает наглядным примером того, как прагматическая цель употребления иноязычных слов сталкивается с культурологическими и идеологическими аспектами. По нашему мнению, языковая политика работает эффективно в балансе между осознанной готовностью к инновациям в языке и сознательным сохранением языкового ядра, который обеспечивает формирование культуры народа и национального самосознания.

## Литература

1. Алпатов В. М. «Идеология, выраженная в языке», и политологическая лингвистика. В сб.: Профили языка: социолингвистика, национальное варьирование, переводоведение, контрастная стилистика: сб. трудов к 90-летию со дня рожд. А. Д. Швейцера. М.: Буки-Веди, 2015. С. 21–29.
2. Башук А. А. До запрета иностранных слов в России осталось меньше трех месяцев. Хабр. URL: <https://habr.com/ru/articles/975656/?ysclid=mknfslid5a174646788> (дата обращения: 07.02.2026).

3. Бодуэн де Куртенэ И.А. О смешанном характере всех языков. Избранные труды по общему языкознанию: В 2-х тт. М.: Изд-во Академии наук СССР, 1963. Т. 1. С. 362–372.
4. Гумбольдт В. фон. Природа и свойства языка вообще. Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 2000. С. 74–84.
5. Ерова С. Н. История заимствований слов в русском языке // Ученые записки Худжандского гос. ун-та им. академика Б. Гафурова. Гуманитарные науки. 2017. №2(51). С. 155–160.
6. Закирьянов К. З., Замалетдинова Г. Ф. Взаимодействие и взаимообогащение языков в полиэтническом пространстве (на мат-ле контактов русского и башкирского языков) // Вестник ТГПУ. 2015. №3(41). С. 52–59.
7. Заседание Совета по реализации госполитики в сфере поддержки русского языка и языков народов России. Администрация Президента РФ. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/transcripts/77104> (дата обращения: 07.02.2026).
8. Киселев С. С. Битва за национальную идентичность и многоязычие в контексте глобализации (на примере Франции) // Litera. 2019. №1. С. 197–206.
9. Лю Ш., Цзи К. Перевод названия зарубежных брендов как способ продвижения в рекламном маркетинге // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. №9. С. 101–103.
10. Нормативные словари. URL: [https://ruslang.ru/normativnyje\\_slovari](https://ruslang.ru/normativnyje_slovari) (дата обращения: 07.02.2026).
11. Понкин И. В. Законы Франции и Польши о защите языков // Нравственные императивы в праве. 2012. №3. С. 54–69.
12. Российская Федерация. Законы. Об обеспечении использования в публичном пространстве русского языка как государственного языка Российской Федерации: Федеральный закон №468229-8: [принят Государственной Думой 17 июня 2025 г.: одобрен Советом Федерации 18 июня 2025 г.]. М.: Кремль, 2025. 7 с.
13. Ситникова Е. С., Пыркова Т. А., Невраева Н. Ю., Кабанов А. М. Нейминг в названиях магазинов и торговых объектах // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13. №4А. С. 673–681.
14. Слово за слово. После критики лингвистов власти объяснили, как перевели названия новых остановок. 74.RU Челябинск онлайн. URL: <https://74.ru/text/gorod/2019/12/19/66406345/> (дата обращения: 07.02.2026).
15. Титор С. Е. Некоторые аспекты правовой защиты русского языка как государственного языка // Вестник экономической безопасности. 2025. №2. С. 136–146.
16. Утро России – Тамбов. Лингвист-когнитолог, профессор Николай Болдырев – о запрете иностранных слов и пустотах в сознании. URL: <https://vestitambov.ru/program/utro-rossii-tambov-lingvist-kognitolog-professor-nikolaj-boldyrev-o-zaprete-inostrannyh-slov-i-pustotah-v-soznanii/> (дата обращения: 07.02.2026).
17. Ушаков Д. Н. Толковый словарь русского языка: В 4-х тт. / под ред. Д. Н. Ушакова [1935]. Т. 1. М., 2001. 1562 с.
18. Шмелев В. В. Неологизация как метод борьбы с англицизмами в современном французском языке // Вестник Московского ун-та. Серия 22. Теория перевода. 2020. №3. С. 108–125.

19. Gardt A. Das Fremde und das Eigene. Versuch einer Systematik des Fremdwortbegriffs in der deutschen Sprachgeschichte. In: Neues und Fremdes im deutschen Wortschatz. De Gruyter, 2001. P. 30–58.
20. George T. Linguistic Purism. London, New York: Longman. 1991. 250 с.
21. Pfalzgraf F. Linguistic Purism in the History of the German Language. Oxford: Peter Lang, 2009. P. 52–20 с.

Статья рекомендована к печати  
кафедрой теоретического и прикладного языкознания  
Челябинского государственного университета  
(канд. филол. наук, доцент А. А. Селютин).

---

## Borrowing as a Transformer of the Cultural Code

Y. A. Ivantsov\*

*Chelyabinsk State University*

*129 Bratiev Kashirinykh st., 454001 Chelyabinsk, Chelyabinsk region, Russia.*

*\*Email: 20ivantsov20@gmail.com*

The research focuses on the phenomenon of linguistic purism: the associations in Germany, the Toubon law in France, and the current legislation of the Russian Federation. The interrelation of linguistic borrowings with the processes of formation of cultural and national identity is considered. Special attention is paid to the interaction of state policy, legal mechanisms, and public attitudes in regulating the linguistic environment. Considering the urban space of Chelyabinsk, the study demonstrates that borrowings affect both the structure of the language and the unique cultural features.

**Keywords:** borrowing, linguistic purism, language legislation, national identity.