

ГИБРИДНЫЕ НОМИНАЦИИ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ЛАНДШАФТЕ Г. КАЛИНИНГРАДА

TATIANA M. SHKAPENKO, EKATERINA V. ZUBRITSKAYA
HYBRID NOMINATIONS IN LINGUISTIC LANDSCAPE OF KALININGRAD CITY

В статье описываются техники гибридной номинации, используемые в названиях предприятий индустрии красоты г. Калининграда. Определяются основные конститутивные черты феномена языковой гибридации и дается общая типология гибридных номинаций. Использование элементов различных языковых систем в рамках одного наименования характеризуется как моносемиотический уровень гибридации. Номинации, состоящие из элементов, принадлежащих к гетерогенным знаковым системам, одна из которых не является лингвистической, относятся к полисемиотическому уровню. Языковой материал, почерпнутый из перечней торговых заведений Калининградской области, описывается с точки зрения указанных уровней и используемых техник гибридации. В результате проведенного количественного анализа устанавливается, что абсолютное большинство гибридных номинаций представляет собой использование английских слов и словосочетаний в их оригинальном написании. К менее распространенным способам изобретения гибридов относятся латинизация русских слов и кириллизация английских, а также сочетание в одной номинации разноуровневых элементов русского и английского языков. Широко распространенная тенденция к синтаксическому склеиванию лексем в рамках одного названия объясняется влиянием интернет-практик слитного написания автономных лексических единиц. Среди полисемиотических номинаций выделяются гибриды, сочетающие вербальные элементы с цифровыми и графическими. Номинации игрового характера основаны на использовании лингвокреативного потенциала единиц различных знаковых систем. Делается вывод о преобладании в наименованиях калининградских предприятий индустрии красоты гибридных лингвистических техник, что связано со стремлением номинатора выделить собственное заведение из общей конкурентной среды, вызвать интерес потребителя и извлечь максимальную коммерческую прибыль.

Ключевые слова: языковая гибридация; гибридные номинации; лингвистический ландшафт; эмпоронимы.

The article describes the techniques of hybrid nomination used in the titles of the Kaliningrad beauty industry enterprises. The authors determine basic constitutive features of linguistic hybridization phenomenon and propose a general typology of hybrid nominations. The use of elements of different language systems is characterized as a monosemiotic level of hybridization. Another, polysemitic level includes nominations consisting of elements belonging to heterogeneous sign systems, one of which is not linguistic. The language material excerpted from the lists of Kaliningrad trade establishments is described from the point of view of the levels and techniques of hybridization. As a result of the quantitative analysis, the authors conclude that the absolute majority of hybrid names includes English words and phrases in their original spelling. Less common methods of inventing hybrids are latinization of Russian words and cyrillization of English words, as well as the combination of multi-level elements



**Татьяна Михайловна
Шкапенко**

доктор филологических наук, профессор
► TShkapenko@kantiana.ru

**Екатерина Валентиновна
Зубрицкая**

старший преподаватель
► Zubritskaya@kantiana.ru

Балтийский федеральный университет
им. И. Канта
236016, Россия, Калининград,
ул. А. Невского, 14

*Tatiana M. Shkapenko,
Ekaterina V. Zubritskaya*

Immanuel Kant Baltic Federal University
14, A. Nevskogo ul., Kaliningrad, Russia, 236016

of Russian and English within one nomination. The widespread tendency of lexemes' syntactical agglutination is explained by the influence of Internet practices of continuous spelling of separate words. Among the polysemiotic names, the authors distinguish hybrids that combine verbal elements with digital and graphic ones. The nominations of a playful character are based on the use of the creative potential of various sign systems. The conclusion is made about the predominance of hybrid linguistic techniques in the names of Kaliningrad beauty industry enterprises, which is due to the desire of the nominators to distinguish their institutions from the rival environment, to arouse consumer interest and to extract the highest commercial profit.

Keywords: linguistic hybridization; hybrid nominations; linguistic landscape; emporonyms.

Введение

В период глобализации, затронувшей практически все сферы человеческой деятельности, чрезвычайно актуальным является вопрос межъязыкового взаимодействия, осуществляемого на различных языковых уровнях и в различных языковых формах. Если англо-американские заимствования уже получили достаточно широкое теоретическое осмысление в трудах российских филологов, то феномен англо-русской гибридации языковых единиц изучен гораздо меньше. Одной из основных сфер регулярного возникновения и практического использования языковых гибридов являются наименования коммерческих объектов, в значительной степени определяющих лингвистический ландшафт современных российских городов. Известный российский семиотик, А. В. Кравченко, анализируя процесс гибридации городского пространства, пишет, что «в сегодняшней России наметилась тревожная тенденция в употреблении письменных знаков, недвусмысленно указывающая на то, как русские люди воспринимают себя, свою культуру и общество» [Кравченко 2012: 80]. Процесс интенсивной вестернизации ономастического облика характерен и для калининградской области. Вывески многочисленных торговых объектов представляют собой свидетельство карнавального смешения языков, алфавитов, различных семиотических кодов и культурных реалий. Данная работа посвящена анализу англо-русских гибридных номинаций в лингвистическом ландшафте г. Калининграда.

Материал и методы исследования

Теоретической базой исследования послужили работы в области ономастики городского пространства (М. В. Голомидова, Е. М. Спивакова и др.) и гибридации лингвокультурного пространства (Й. Ужаревич, Т. В. Попова). В качестве методологической основы классификации выявленных гибридных номинаций были избраны критерии, разработанные А. В. Кравченко [Кравченко 2012], Е. М. Спиваковой [Спивакова 2020] и Т. В. Поповой [Попова 2013]. Источником языкового материала явились сайты 2gis.ru, kaliningrad.zoon.ru, google.ru, каталогизирующие наименования калининградских салонов и студий красоты, парикмахерских, барбершопов, имидж-лабораторий и т. п. Всего методом сплошной выборки нами было выявлено 785 наименований предприятий индустрии красоты, из 53% составили англо-русские гибридные наименования.

Изучение феномена гибридации в лингвистике

Термин «гибридизация», восходящий к естественным наукам, находит все большее распространение в лингвистических исследованиях. Согласно Советскому энциклопедическому словарю, «гибридизация — скрещивание разнородных в наследственном отношении организмов» [СЭС 1987: 300]. Данное понимание с легкостью экстраполируется из области биологии на процессы соединения гетерогенных элементов в других областях науки, техники и жизнедеятельности современного человека. Перенос значительной части общения в интернет привел к возникновению гибрида устной и письменной речи, изучению которого посвящено значительное количество работ. Доминанция английского языка в мировом коммуникативном пространстве вызвала появление гибридных форм языков, так называемых «мировых инглишей» [Kachru 1992]. Если внимание зарубежных лингвистов привлекает, в основном, гибридизация «крупных» языковых форм (языковых систем и типов дискурса), то «малые» формы гибридации, протекающие внутри лингвистической системы на уровне отдельных ее элементов, рассматрива-

ются преимущественно в работах отечественных лингвистов.

О. С. Ахманова определяет гибрид как «слово, состоящее из разноязычных элементов» [Ахманова 1966: 98]. Ж. Марузо предлагает понимать под гибридом «слово, элементы которого заимствованы из различных языков» [Марузо 2004: 68]. Л. А. Фридман считает гибридными сложные слова и словосочетания, образованные в принимающем языке от заимствованных основ и лексем [Фридман 1968: 23].

Приведенную выше дефиницию О. С. Ахмановой можно рассматривать как состоящую в гиперонимических отношениях с двумя последующими определениями. Ж. Марузо ограничивает гибриды только одним комбинаторным типом, например, *автомобиль* — языковой гибрид, созданный из элементов различных языков: греч. *autos* ‘сам’, и лат. *mobilis* ‘подвижный’. Л. А. Фридман предлагает считать гибридами только дериваты, образуемые в принимающем языке от заимствованных основ, приравнивая тем самым процесс ассимиляции к гибридизации. Заметим, что в практике описания заимствований в отечественной лингвистической литературе термин «гибридизация» практически не употребляется: процесс присоединения к заимствованным основам аффиксов или флексий принимающего языка принято именовать освоением, ассимиляцией или адаптацией. Действительно, цель анонимного номинатора, записывающего буквами собственного алфавита иностранные слова или добавляющего к заимствованному слову аффиксы родного языка, состоит в преодолении фономорфологической чуждости заимствований, в их подчинении законам собственного языка, в том, чтобы сделать комфортным использование иноязычных элементов в речи.

Термин «ассимиляция» отражает целевые установки номинатора, однако не включает в себя указания на гетерогенность элементов, используемых в качестве строительного материала процесса освоения слова. Данное «игнорирование» следует признать вполне обоснованным, поскольку срастание генетически инородных языковых элементов не дает эффекта гибрида. Напротив, гибрид-

ный по технике конструирования элемент ощущается как гомогенный, что со временем приводит к полной утрате ощущения «разноязычности» составляющих его частей.

Иной по своим целевым установкам, используемым техникам и конечным результатам процесс наблюдается в намеренном, игровом соединении элементов двух языков, характерном, в частности, для коммерческого нейминга как разновидности искусственной номинации [Голомидова 1998]. Постоянное присутствие на вывесках многоликих гибридов, соединение латиницы с кириллицей, букв со знаками препинания и графическими символами из интернет-коммуникации, несомненно, приводит к формированию конвенции восприятия миксированных лингвистических форм как одной из возможных форм бытия языка.

Теоретическое осмысление процесса «искусственной» языковой гибридизации находится на начальном этапе. Н. В. Перцов предлагает рассматривать все формы преднамеренной гибридизации как «оказиональный способ словообразования, в основе которого лежит принцип нарушения и обыгрывания графо-орфографической формы слова» [Перцов 2001: 216]. Т. В. Попова терминологизирует данное явление как графодеривацию, поскольку в основе гибридных лингвокреативных техник лежит «способ образования новых слов с использованием приемов графической языковой игры», сами результаты процесса именуются как графодериваты [Попова 2007: 230]. А. С. Пучинина предлагает сам процесс считать графическим словообразованием, а его результат, графодериват, описывает как более емкую в структурно-семантическом плане единицу [Пучинина 2013:103].

Корректность выводов о тождестве или близости процесса графодеривации к словообразованию подвергается сомнению в работе Т. М. Шкапенко и С. С. Ваулиной, указывающих, что в случае игрового миксирования элементов двух языковых систем речь идет о процессе, противоположном словообразованию. Внутренний механизм графодеривации описывается лингвистами как дистинктивно-компаративный, поскольку основан на выделении в слове фрагмента, содержаще-

го в себе потенциал графической деривации и его репрезентации с помощью элементов альтернативных семиотических систем. В случае монографической фиксации (создание новообразований при помощи графических средств одного языка) речь идет о процессе, обратном словосложению, «об играх со знаком, эффект прочтения которых не дает более смыслоемкого знака, а, напротив, обращает внимание адресата на случайную, «незаконную» смысловую связь вычлененных в графическом облике слова компонентов» [Шкапенко, Ваулина 2020: 211]. Явление полиграфической фиксации, основанной на использовании элементов разных языков, базируется, по мнению данных авторов, на разрушении основанных на естественной онтологии языкового знака правил его фиксации с помощью графем, входящих в состав национального алфавита [Там же].

Дополним, что графодериват не равен слову и с точки зрения его функционирования. В первых, он возникает, реализуется и «живет» только в графической форме, он не входит в словарный состав языка, не приобретает морфологической парадигмы, не способен употребляться в рамках целостного синтаксического высказывания без привязки к конкретному объекту номинации. Слово, задуманное как прагматический аттрактор, призванное привлечь внимание адресата своей оригинальностью, является лингвоинновацией однократного употребления. В системно-эволюционном плане оно представляет собой такую же тупиковую и бесперспективную разновидность гибрида, как мул, плод экспериментального скрещивания осла и кобылы, так и оставшийся «ни лошадью, ни ослом».

Анализируя механизмы языковой и литературной гибридизации, Й. Ужаревич указывает, что «гибридизации, как созданию нового, должно логически и действительно предшествовать расслоение (распадение) старого или хотя бы расчлененность старого» [Ужаревич 2014: 21]. При анализе свойств гибрида автор также ставит чрезвычайно важный вопрос о характере соотношения в нем своего и чужого, частей и целого. «Проблему можно сформулировать следующим образом: преобладают ли в гибриде части над целым, чу-

жое над своим, и старое над новым, или, наоборот, целое превышает (синтезирует) свои части в качественно новом единстве и таким образом из чужого (несовместимого) делает свое, а из старого — новое?» [Там же].

Рассматривая с этой точки зрения процесс освоения иноязычных лексем в принимающем языке, его результаты следует признать синтетическим образованием. В процессе ассимиляции иноязычные элементы уже не осознаются как гетерогенные, гибридный шов между ними и автохтонными формантами перестает ощущаться. Эффект дегибридизации наблюдается и в случае образования слов из разноязычных элементов: *автомобиль, суперобложка, телевидение* и т.п. не воспринимаются как гибридные формации. Причина их эволюционной гомогенизации является очевидной: они функционируют в речи в соответствии с фонетическими или грамматическими законами того языка, в рамках которого используются. Если же речь идет о гибридных техниках номинации коммерческих объектов, то они базируются на нарушении регулярных норм словоупотребления, стремятся к выводу лексической единицы из привычных, рутинных форм своего существования и обеспечивают перманентное качество гибридности.

Таким образом, одного сочетания элементов различных языковых систем недостаточно для того, чтобы результат их соединения можно было квалифицировать как гибрид. Как указывает К. Санчез-Штокхаммер, «гибридизация представляет собой процесс, в котором отдельные и разрозненные сущности или процессы порождают другую сущность или процесс (гибрид), разделяющий определенные черты с каждым из своих источников, результат которого, однако, не является чисто композиционным» [Sanchez-Stockhammer 2012: 135] — (*Перевод наш — Т. Ш., Е. З.*). Связанный с отсутствием структурно-смысловой композиционности эффект гибридизации имеет место только в том случае, если соединение гетерогенных элементов является преднамеренным актом лингвокреативного творчества, одной из основных сфер реализации которого является коммерческий нейминг.

Классификация гибридных номинаций

Среди различных подходов к типологизации гибридных явлений в современном русском языке следует, в первую очередь, выделить те, которые включают в себя системный уровень взаимодействия языков. Т. Н. Ломтева и С. В. Пахаренко считают, что массовое проникновение в русский язык англо-американских заимствований приводит к гибридизации картины мира принимающей лингвокультуры. В соответствии с этим в классификации гибридных явлений предлагается выделять лексический уровень (заимствование иностранных слов) [Ломтева, Пахаренко 2015]. Кроме того, в качестве уровней гибридизации указываются: графический (смешение латинского и кириллического написания); морфологический (словообразование с использованием иностранных морфем или придание слову новых грамматических категорий); синтаксический (оформление предложения согласно правилам иностранного языка) и орфографическом уровнях (передача слов и грамматических значений согласно иноязычным нормам) [Там же].

О. К. Ирисханова также предлагает дифференцировать гибриды в зависимости от языковых уровней, на которых происходит процесс сочетания разнородных элементов. В перечень уровней включаются: «фонетический (например, ассимиляция); лексический (словосложение); фразеологический (совмещение двух фразеологизмов в одном или контаминация) и межтекстовый уровни (интертекст, гипертекст) [Ирисханова 2010: 33].

А. В. Кравченко рассматривает явление гибридизации на текстовом уровне, приводя примеры высказываний, в которых англо-американские заимствования или «вкрапления» соседствуют с русскими словами. В зависимости от способа письменного воспроизведения англоязычных слов ученый предлагает выделять:

1) употребление английских слов в транслитерации языка-реципиента, например, турагентство «ЛавлиТур»

2) вкрапление англицизмов в их оригинальной форме, например, «Сигара — право на качественный life style»

3) гибридизация на уровне словообразования, когда создают либо новое слово, состоящее из частей, принадлежащих разным языкам («Tuborg — почувствуй вибрацию вечереgreenки»), либо заимствованное английское слово начинают употреблять в соответствии с грамматическими нормами языка-реципиента («Территория shoppinga») [Кравченко 2012: 81–83].

Часть классификаций относится непосредственно к области коммерческого нейминга, то есть тех гибридных номинаций, которые возникают только в графической форме на вывесках с наименованиями коммерческих объектов. Так, Е. М. Спивакова, рассматривая способы введения иноязычных элементов в эмпоронимы (имена торговых учреждений) и сервисонимы (имена предприятий сферы обслуживания), предлагает следующую классификацию:

1. Собственно иноязычные сервисонимы и эмпоронимы:
 - иноязычные вкрапления,
 - заимствованные слова;
2. Единицы, искусственно созданные носителями языка на основе иноязычных элементов
 - соединение иноязычных слов без учёта их синтаксических и морфологических свойств, только на основе их лексического значения,
 - создание неологизма из иноязычных морфем,
 - транскрипция,
 - транслитерация,
 - гибридизация,
 - введение отдельной иноязычной графемы,
 - языковая игра, основанная на парцелляции одной графемы и прочтения её «как в алфавите»,
 - языковая игра, основанная на созвучии иноязычного слова и части русского слова [Спивакова 2020: 99–100].

К уровню собственно гибридизации автор относит только «образование новой единицы из исконного и иноязычного элемента». Например, «Maki-studio», «Myata-studio», «Matreshka-studio», «MafiaПарикмахеров» [Там же].

Иной способ классификации графических гибридов, или граводериватов, предлагается в работе Т. В. Поповой [Попова 2013: 149-150]. В качестве основного критерия исследователь избирает тип материальных средств (знаков), использующихся с целью образования графодериватов. На этом основании выделяются монографикация (создание новообразований графическими средствами одного языка), полиграфикация, или графогибридикация (создание новообразований при использовании графических средств разных языков) и кодографикация (создание новообразований при помощи сегментных средств различных кодовых систем, одна из которых не является естественно-лингвистической). Заметим, что в данной работе в качестве эквивалентных монографикации и полиграфикации используются термины «моносемиотический» и «полисемиотический» уровни гибридикации.

Основные способы гибридикации эмпоримов г. Калининграда

Всего нами было выявлено 785 наименований предприятий индустрии красоты (салоны красоты, парикмахерские, барбершопы, спа-центры, имидж-лаборатории и т.п.), около 53% которых (411 названий) составили гибридные номинации различного типа. 279 из них основаны на использовании латиницы, 132 представляют собой кириллические написания. Основным способом присвоения названий в первой группе является использование английских слов или их сочетаний в оригинальном написании (134 примера из 279). Свойство гибридикации в данном случае реализуется на лексическом, внешнем по отношению к русскому языку уровне – эффект миксирования возникает как результат функционирования английских слов на фоне российского лингвистического ландшафта.

Лексические элементы, восходящие к другим языкам, встречаются значительно реже: 17 названий относятся к итальянскому (*Bellagio, Dolce Vita, Sole Mio, Vita Nova, Capriccio* и др.), 10 к французскому (*Charmant, Mon Ami, Mon salon, Allure* и др.) и 5 к немецкому языку (*Frau Marta, DeScharm* и др.). Преобладание итальянских вкраплений

можно объяснить высоким статусом Италии во всемирной индустрии красоты и моды, в связи с чем любое использование итальянских слов и словосочетаний рассматривается номинатором как знак причастности заведения к этому привлекательному миру. Среди немецких элементов статус регулярного лексического «инклюза» получил универб *Kёниг* (сокр. от *Kёнигсберг*), например, *Kёниг Hair*, являющийся высокочастотным коллоквиализмом в речи калининградцев. При этом используется как немецкое написание *König*, так и смешанное, в котором буква немецкого алфавита *ö* заменяется на кириллическую букву *ё*. Несколько входящих в названия заведений индустрии красоты немецких вкраплений относятся к топонимам бывшей Пруссии: Мемель (современное название — Клайпеда), Кранц (современное название — Зеленоградск), Ластадиэ (исторический район Кёнигсберга), Самбия — (название исторической области Пруссии, расположенной на территории современной Калининградской области). Их использование, однако, дополняется английскими лексемами, идентифицирующими заведение по его профессиональной направленности: *Memel Beauty House, Kenig Hair, Sambia, Spa Cranz, Lastadie beauty*. Отсылки другого типа, апеллирующие к немецким реалиям, встречаются крайне редко: это название спа-салона *Frau Marta*, а также салона-парикмахерской *Solingen*, одноименное с немецким городом, многие столетия славящимся производством ножей и других режущих инструментов, в т. ч. ножниц и маникюрных принадлежностей.

Большинство номинаций, содержащих французские слова, содержит уже заимствованные русским языком элементы, получившие кодифицированное транскрибированное написание кириллицей: *Дежа-вю* (франц. *déjà vu* — 'уже видел'), *Бонжур* (франц. *Bonjour* — 'добрый день'), *Комильфо* (*Comme il faut* — 'как следует, как надо'). Два записанных латинскими буквами названия относятся к азиатскому пространству индустрии красоты: студия массажа и СПА *Ban Sabai* (бенгальск. — 'Добро пожаловать домой!') и салон красоты *Yokibi* (от названия линии элитной японской косметики).

Абсолютное большинство гибридных номинаций основано на использовании лексических единиц английского языка. Значительная их часть использует в своем составе широко известные, знакомые россиянам со школьной скамьи и «раскрученные» в современном англоязычном фэшн-дискурсе слова и словосочетания, среди которых чаще всего встречаются слова *beauty* (красивый, красота) и *hair* (волосы). Некоторые названия, включающие в свой состав слово *beauty*, полностью состоят из английских слов: *Beauty Club*, *Beauty Mafia*, *Beauty splash* и т.п. Другие включают в себя одно английское и одно латинизированное русское слово, например, *Beauty Dom*, или же применяют коды сразу нескольких семиотических систем. Так, название студии красоты *Beauty Пространство #1* представляет собой сочетание английской и русской лексем, записанных соответственно латиницей и кириллицей, знак решётки, соответствующий обозначению номера в США, и цифру 1, призванную указать на высокое место данного заведения в конкуренции салонов красоты.

Чаще всего *Beauty* используется в названиях как прилагательное, находясь в препозиции к различным английским существительным — *Beauty studio*, *Beauty Space 107*, *Beauty splash*. В номинации данной группы также часто входят имя и фамилия, по всей вероятности, людей, которым принадлежат данные заведения: *BEAUTY STUDIO Alexandra Rogachuk*, *Beauty Studio Natalya Shaveko*, *Beauty room Natalie Geyman* и др. Тенденция к латинизации имен и фамилий, принадлежащих к русской антропонимической системе, проявляется и в наименовании заведения по фамилии или имени и фамилии владельца: *Bebeshko*, *Slava Krupskaya*, *VLADLENA KAMINSKAYA* и др. Реже встречаются номинации, в которых *beauty* употребляется как существительное и стоит после определяемого прилагательного: *Wizard beauty* (волшебная красота), *Magic beauty* (магическая красота). Слово *beauty* столь часто используется в русском дискурсе красоты, что в попытках избежать повтора некоторые вывески прибегают к транскрипции английского слова средствами русского языка, например, *Бьюти*, *Иллен Бьюти*.

Второе по частоте использования в эмпирических материалах английское слово *hair* (волосы) встречается всегда в сочетании с другими английскими словами, чаще всего в функции прилагательного. Определяемый член указывает на тип заведения или конкретизирует вид оказываемых услуг: *Hair design*, *The hair shop*, *HAIR_STUDIO.39*, *Hairbar39*, *HAIRCUT SKILL*, *HAIR'S SECRET* и др. Следует заметить, что номинаторы достаточно вольно обращаются с английским языком, используя такие метафоры как: *Happyhair* (счастливые волосы) или *Hair music* (музыка волос? волосяная музыка?). Данные вольности в обращении с языком можно объяснить, с одной стороны, учетом целевой аудитории, для которой английский язык не является родным, а с другой, напротив, предположением о билингвизации потенциального потребителя, расчетом на то, что он не будет переводить изобретенные названия и озвучивать их перевод на русский язык. Русскоязычная версия названий типа *Волосяной бар*, *Бар волос*, или *Студия волос* и *Волосяная студия* вряд ли способна вызвать положительное восприятие у русского потребителя.

О расчете на достаточно высокий уровень владения английским языком потенциальным потребителем свидетельствуют и другие номинации. Например, сложное в написании и произношении английское существительное *Scissors* (ножницы); не совсем понятное в своем прагматическом послысло слово *OWN* (собственный), то ли призванное обозначить частную форму предприятия, то ли внушающее, что каждый клиент может почувствовать себя здесь как у себя дома. Не совсем понятно использование в названиях таких английских слов как *Force* (сила) для наименования салона красоты, *Hide* (прятаться, скрываться) для наименования салона массажа или студии красоты *Just* (просто так) — просто зайти, просто загляни?

Встречаются распространенные англоязычные наименования, состоящие из двух или трех слов, например: *All Stars*, *AVENUE My Secret*, *Avocado Beauty Studio*, *Salon Royal Hair* и др. Среди них имеются высказывания, которые непосредственно обращены к клиенту, *ALL FOR YOU* (Все для тебя) или *Say wow* (Скажи вау).

Наряду с номинациями, основанными на использовании слов английского языка, встречаются и их комбинации с русскими словами. Кроме приведенных выше *Beauty Dom*, *Beauty Пространство #1*, это названия типа *НIT стрижка*, *ВИШНЯ club*, *X-Fit ПИОНЕР*, *БАРИН & BARBER*. Небольшая часть англо-русских гибридов основана на латинизации только одной графемы, например: *Ваниль* и *ВОБРАЗЕ*, в которых первая буква *В* заменяется на английскую букву *V*. В названии заведения *ЛЕОНИКА*, профиль которого идентифицируется как «цирюльня», включение одной латинской буквы в состав не существующего слова призвано, очевидно, обозначить раздел названия на два имени: мужского *Лео* и женского *Ника*.

Часть гибридных наименований (17 примеров) основана на использовании приема латинизированного написания русских слов. Кроме указанных выше русских имен и фамилий, это различные апеллятивы, связанные тематически с областью индустрии красоты: *BORODACH*, *KONURA*, *PRObor*, *ATAS*, *Folga*, *Luna*, *MARAFET*, *MATRIOSHKA*, *Pudra* и др.

Соединение лексем русского и английского языков часто сопровождается использованием элементов других знаковых систем. 26 номинаций наряду с вербальными элементами включают в свое название цифровые элементы. Как устойчивую тенденцию, локализирующую заведение по месту его «проживания» в лингвистическом ландшафте Калининграда, можно квалифицировать включение в состав названия цифры 39 (6 примеров), являющейся кодом калининградского региона на автомобильных номерах: *HAIR_STUDIO.39*, *Sculptor39*, *Sharm 39*, *Figura39*, *Hairbar39*, *Salon39*. Другие цифровые элементы отсылают к названиям улиц, например: салон красоты *9 avenu* находится на улице 9 апреля, и в то же время представляет собой аллюзию на *5 avenu*, одну из самых уважаемых и дорогих улиц мира, расположенную в центре Манхэттена в Нью-Йорке. Встречаются также названия, мотивация использования в которых определенных цифр представляется непонятной: *Beauty Space 107*, *STUDIO 26*, *Studio 601*.

Высококачественным способом соединения элементов внутри одного наименования яв-

ляется использование амперсанда: *Cut & color*, *LOVE & BEAUTY studio*, *ORANGE Style & SPA*, *S&MBeautyStudio*, *БАРИН & BARBER*, *ОН & ОНА*, *Чуб&Чёлка*. Несмотря на иконическое изображение, данная логограмма широко известна как графический субститут сочинительного союза *and*, что с легкостью считывается рядовым потребителем, даже слабо знакомым с английским языком. В отдельных номинациях & выполняет также функцию игрового идентификатора, например, разделяя русское слово *стрижка* на две части: *Стриж & КА*.

Если дезинтеграция слова практически всегда связана со стремлением визуализировать какую-либо его часть, омонимичную с целым словом, то процесс интеграции, или графического склеивания в одно целое всех элементов номинации, как правило, не несет специальной смысловой нагрузки. Его все большее распространение, с одной стороны, можно объяснить влиянием интернет-технологий, в которых синтаксические склейки являются способом написания хештегов. С другой стороны, слитное написание позволяет достичь визуального эффекта целостной номинации, например: барбершопы *WestMen* и *WILLMADE*, салоны красоты *BackStage* и *InStyle* и т. п.

Отдельного внимания заслуживают гибридные номинации, нацеленные на создание игрового эффекта. Часть из них основана на использовании лингвокреативного потенциала только одного языка. Так, название студии красоты *HairPlay* отсылает к созвучному, отличающемуся только первой согласной буквой сочетанию *FairPlay* (честная игра). В результате создается эффект двойного прочтения, зависящий от уровня знания английского языка: для одного адресата название будет ограничено его прямым смыслом «игра с волосами», более сведущему потребителю будет понятно желание владельцев салона подчеркнуть то, что они ведут честный бизнес.

Другая часть игровых гибридов использует лингвокреативный потенциал двух языков — русского и английского. Например, кириллическо-латинское название барбершопа *БАРИН & BARBER* основано на созвучии двух слов, сочетание кото-

рых можно интерпретировать как обещание обслужить клиентов со всем надлежащим классу господ почтением. Русский барин будет отдавать приказы, а иностранный парикмахер, *barber*, будет их выполнять.

Интересным примером полисемиотического конструирования игрем может послужить название барбершопа *Bro33ers*. Замена букв *th* в английском слове *brothers* (братья) на цифры 33 дает эффект смысловой дезинтеграции, выделяя часть *bro*. Данный элемент уже стал популярным неформальным обращением, произносимым как «бро» и близким по своей прагматике русскому «брат, братан». Можно также предположить, что вставка цифры 33 является аллюзией на 33 богатырей из «Сказки о царе Салтане» А. С. Пушкина, что производит совокупный эффект мужественности и мужской солидарности. Создание игровых номинаций, основанных на выделении обращения *bro/bro*, достигается и другими средствами, чаще всего с помощью капитализации или точки, например: *BRO.loft*, *bro.SHAMAN*.

Интересный эффект многослойного прочтения достигается в названии барбершопа *БРО-ДОБРЕЙ*. С одной стороны, устаревшее слово *бродобрей* подвергается эрративному написанию, чтобы выделить в нем БРО как символ братского отношения к посетителю, с другой стороны, подчеркивается вторая основа сложного слова: *БРЕЙ*. Наконец, возможно и цельное прочтение двух последних элементов *ДОБРЕЙ* как своего рода залог доброго настроения, доставляемого клиентам данного заведения.

Заключение

Техники гибридной номинации становятся важнейшим средством создания наименований калининградских предприятий индустрии красоты. Среди них преобладают иноязычные, в первую очередь, англоязычные «вкрапления», основанные на использовании английских слов и словосочетаний в их оригинальном написании. К другим популярным способам моносемиотической гибридной номинации относятся латинизация русских слов и кириллизация английских, а также сочетание в одном наименовании разноуровневых элементов русского

и английского языков. Полисемиотический уровень гибридной номинации основан на сочетании вербального, цифрового и графического кодов. Активное применение разнообразных лингвокреативных техник связано с прагматическим стремлением номинатора вызвать интерес массового потребителя.

ИСТОЧНИКИ

СЭС 1987 — *Советский энциклопедический словарь*. Гл. ред. А. М. Прохоров. М.: Советская Энциклопедия. Изд. 4-е, 1987. 1600 с.

ЛИТЕРАТУРА

Ахманова 1966 — Ахманова О. С. *Словарь лингвистических терминов*. М.: Советская энциклопедия, 1966. 607 с.

Голомидова 1998 — Голомидова М. В. *Искусственная номинация в русской ономастике*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 1998. 232 с.

Ирисханова 2010 — Ирисханова О. К. О языковой гибридной номинации, лексических гибридах и фокусе внимания. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2010 (603): 27–44.

Кравченко 2012 — Кравченко А. В. Взаимодействие культур и гибридная номинация языка. В сб.: *НОМО COMMUNICANS: человек в пространстве межкультурных коммуникаций*. Янашек К., Митурска-Бояновска Й., Гаваркевич Р. (ред.). Щецин: GRAFFORM, 2012. С. 80–86.

Ломтева, Пахаренко 2015 — Ломтева Т. Н., Пахаренко С. В. Процессы языковой гибридной номинации в картине мира принимающей лингвокультуры. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2015. (12, Ч.4): 129–133.

Марузо 2004 — Марузо Ж. *Словарь лингвистических терминов*. Пер. с фр. Н. Д. Андреева. Изд. 2-е, испр. М.: УРСС, 2004. 436 с.

Перцов 2001 — Перцов Н. В. *Инварианты в русском словоизменении*. М.: Языки русской культуры, 2001. 280 с.

Попова 2007 — Попова Т. В. Графодеривация в русском словообразовании конца XX — начала XXI в. В сб.: *Русский язык: исторические судьбы и современность. III Международный конгресс исследователей русского языка. Труды и материалы*. М., МГУ, 2007. С. 230–231.

Попова 2013 — Попова Т. В. Креолизованные дериваты как элемент русской письменной коммуникации рубежа XX–XXI вв. В кн.: *Лингвистика креатива-1*. 2-е изд. Гридина Т. А. (ред.). Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2013. С. 147–175.

Пучинина 2013 — Пучинина А. С. Графодериваты как особые единицы речи. *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. 2013 (16 / 307): 102–104.

Спивакова 2020 — Спивакова Е. М. Иноязычные элементы в эмпоронимах и сервисонимах Биробиджана. *Вест-*

ник Приамурского университета им. Шолом-Алейхема. 2020 (2 / 39): 97–101.

Ужаревич 2014 — Ужаревич Й. Теория гибридности Михаила Бахтина и проблема литературных микроформ. В сб.: *Гибридные формы в славянских культурах*. Злыднева Н. В. (ред.). М.: Институт славяноведения РАН, 2014. С. 19–34.

Фридман 1968 — Фридман Л. А. *Английские заимствования во французской медицинской терминологии*. Автореферат диссертации канд. филол. наук. М., 1968. 27 с.

Шкапенко, Ваулина 2020 — Шкапенко Т. М., Ваулина С. С. Проблемы терминологизации и теоретического описания уровней языковой деривации. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание*. 2020, Т. 19 (6): С. 204–215.

Kachru 1992 — Kachru B. *World Englishes: approaches, issues and resource*. Language Teaching. Cambridge UP. 1992, V. 25, pp. 1–14.

Sanchez-Stockhammer 2012 — Sanchez-Stockhammer C. Hybridization in Language. In: *Conceptualizing Cultural Hybridization. A Transdisciplinary Approach*. Stockhammer P. (eds). Heidelberg: Springer, 2012. pp. 133–158.

SOURCES

SES 1987 — *Soviet Encyclopedic Dictionary*. A. M. Prokhorov (ed.). Moscow: Sovetskaia Entsiklopediia. Izd. 4-e, 1987.

REFERENCES

Ахманова 1966 — Akhmanova O. S. *Dictionary of Linguistic Terms*. Moscow: Sovetskaia entsiklopediia, 1966.

Голомидова 1998 — Golomidova M. V. *Artificial Nomination in Russian Onomastics*. Ekaterinburg: Ural'skii gosudarstvennyi pedagogicheskii universitet, 1998.

Ирисханова 2010 — Iriskhanova O. K. On Language Hybridization, Lexical Hybrids And Focus Shifts. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye Nauki*. 2010 (603): 27–44.

Кравченко 2012 — Kravchenko A. V. Cross-cultural Interaction and Language Hybridization. In: *HOMO COMMUNICANS: chelovek v prostranstve mezhkul'turnykh kommunikatsii*. Janaszek K., Miturska-Bojanowska I., Gawarkiewicz R. (ed.). Szczecin: GRAFFORM, 2012. P. 80–86.

Ломтева, Пахаренко 2015 — Lomteva T. N., Pakharenko S. V. Processes of Language Hybridization in Worldview of Receiving Linguo-Culture. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 2015. (12, Ch.4): 129–133.

Марузо 2004 — Maruzo Zh. *Dictionary of Linguistic Terms*. Transl. form Fench N. D. Andreeva. Moscow: URSS, 2004. (In Russian)

Перцов 2001 — Pertsov N. V. *Invariants in Russian Inflection*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury, 2001.

Попова 2007 — Popova T. V. Graphical Derivation in Russian Word Formation of the Late XX — Early XXI Century. In: *Russkii iazyk: istoricheskie sud'by i sovremennost'. III Mezhdunarodnyi kongress issledovatelei russkogo iazyka. Trudy i materialy*. Moscow, MGU, 2007. P. 230–231.

Попова 2013 — Popova T. V. Creolized Derivatives as an Element of Russian Written Communication at the Turn of the XX–XXI Centuries. In: *Lingvistika kreativa–1*. Gridina T. A. (ed.). Ekaterinburg: FGBOU VPO «Ural. gos. ped. un-t», 2013. P. 147–175.

Пучинина 2013 — Puchinina A. S. Graphical Derivatives as Unique Units of Speech. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie*. 2013 (16 / 307): 102–104.

Спивакова 2020 — Spivakova E. M. Foreign elements in emporonyms and serviceonyms of Birobidzan. *Vestnik Priamurskogo universiteta im. Sholom-Aleikheima*. 2020 (2 / 39): 97–101.

Ужаревич 2014 — Užarević J. Mikhail Bakhtin's theory of hybridity and the problem of literary microforms. In: *Gibridnye formy v slavianskikh kul'turakh*. Zlydneva N. V. (ed.). Moscow: Institut slavianovedeniia RAN, 2014. P. 19–34.

Фридман 1968 — Fridman L. A. *English loanwords in French medical terminology*. Avtoreferat dissertatsii kand. filol. nauk. Moscow, 1968.

Шкапенко, Ваулина 2020 — Shkapenko T. M., Vaulina S. S. Problems on Terminology and Theoretical Description of Language Derivation Levels. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Iazykoznanie*. 2020, V. 19 (6): P. 204–215.

Kachru 1992 — Kachru B. *World Englishes: approaches, issues and resource*. Language Teaching. Cambridge UP. 1992, V. 25, P. 1–14.

Sanchez-Stockhammer 2012 — Sanchez-Stockhammer C. Hybridization in Language. In: *Conceptualizing Cultural Hybridization. A Transdisciplinary Approach*. Stockhammer P. (ed.). Heidelberg: Springer, 2012. P. 133–158.