

Научная статья

УДК: 34.096

EDN: YSYKGA



## Иноязычные средства с точки зрения языковой политики

**Мария Максимовна Хороших**

*Российский государственный университет правосудия имени В. М. Лебедева,  
Москва, Российская Федерация*

✉ *mary.khoroshikh.ibrn@mail.ru*

*Научный руководитель: **Е. А. Бурдина**, к.филол.н., доцент, доцент кафедры  
русского языка и культуры речи Российского государственного университета  
правосудия имени В. М. Лебедева*

**Аннотация.** В исследовании проведен анализ лексических и графических иноязычных средств с точки зрения языковой политики. Уделено внимание историческому аспекту, связанному с употреблением иноязычных средств в русском языке, выявлены особенности их использования в связи с законодательными актами Российской Федерации. Автор также обратился к опросу, показывающему отношение носителей русского языка к иноязычным средствам, используя его результаты в качестве иллюстрации своих размышлений.

**Ключевые слова:** иноязычные средства, лексика, графика, лингвистика, право

**Для цитирования:** Хороших М. М. Иноязычные средства с точки зрения языковой политики // Фемида.Science. 2025. № 2 (17). С. 174–181.

Original article

## Foreign Linguistic Elements in the Context of Language Policy

**Maria M. Khoroshikh**

*Russian State University of Justice named after V. M. Lebedev,  
Moscow, Russian Federation*

✉ *mary.khoroshikh.ibrn@mail.ru*

*Scientific supervisor:* **E. A. Burdina**, Candidate of Science (Philology), Associate Professor, Associate Professor at the Russian Language and Speech Culture Department of the Russian State University of Justice named after V. M. Lebedev

**Abstract.** This study analyzes lexical and graphic foreign linguistic elements in the context of language policy. Particular attention is given to the historical aspect of the use of such elements in the Russian language, as well as to the specific features of their usage in relation to legislative acts of the Russian Federation. The author also refers to a survey illustrating the attitudes of native Russian speakers toward foreign linguistic elements, using its results to support the reflections presented in the paper.

**Keywords:** foreign linguistic elements, lexis, graphics, linguistics, legislation

**For citation:** Khoroshikh, M. M. Foreign linguistic elements in the context of language policy. *Femida.Science = Themis.Science*. 2025;(2):174-181. (In Russ.)

«Все народы меняются словами и занимают их друг у друга», – утверждал В. Г. Белинский [1, с. 29]. Действительно, заимствования – естественный лингвистический процесс в любую эпоху. Так, Петр I стремился к европеизации России, а потому активно заимствовал элементы западной культуры и языка, что способствовало появлению новых терминов и выражений в русском языке. При нем в лексический запас русского языка вошли лексемы из немецкого (*ранг, контракт*), французского (*армия, корпус*) и голландского (*гавань, руль*) языков. Павел I, в отличие от своего деда, проявлял более консервативный подход к культуре и языку, стремясь сохранить традиционные ценности, что сдерживало дальнейшую европеизацию языка. Например, первым его распоряжением был строгий наказ торговцам убрать французское название *магазин* и заменить его на русское *лавка*<sup>1</sup>.

В наши дни активная глобализация и компьютеризация, несомненно, оказывают воздействие на развитие русского языка. Представители молодого поколения активно изучают английский язык, чтобы общаться в интернете со сверстниками со всего мира, поэтому используют англий-

---

<sup>1</sup> Меньшова П. Остановка «Язык русской нации». Петровская эпоха // Изборник : [сайт]. URL: [https://www.izbornik.ru/theory/history\\_of\\_language/about\\_language\\_of\\_russian-nation](https://www.izbornik.ru/theory/history_of_language/about_language_of_russian-nation) (дата обращения: 16.05.2025).

ские лексемы и в русском дискурсе. Более того, при этом англицизмы часто отражают новые понятия и идеи, которые не имеют точных аналогов в русском языке. Однако бесконтрольное и бессистемное употребление иностранных лексем в «погоне за Западом» может привести к потере интереса к родному языку: со временем нужда в подборе правильных русских слов и выражений постепенно исчезает, человек становится подвержен «языковой лени», его речь лишается образности и точности.

Вопрос о заимствованиях сейчас настолько важен, что он включен в лингвистическую дисциплину «Экология языка» и отражен в законодательстве. Федеральный закон от 1 июня 2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»<sup>2</sup> (далее – Федеральный закон о государственном языке) гласит: «При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается употребление слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, которые не имеют общеупотребительных аналогов в русском языке и перечень которых содержится в нормативных словарях, предусмотренных частью 3 настоящей статьи» (п. 6 ст. 1).

Английский язык, являющийся международным средством общения, интенсивно влияет не только на лексику, но и на другие лингвистические ярусы, в частности на графику.

Смешение элементов латиницы и кириллицы в русском дискурсе стало столь активным, что не может не вызывать опасения, не повлияет ли такая комбинация на изменение русского языка в худшую сторону. Если при активизации этого процесса противопоставление кириллицы и латиницы приводило к четкому противопоставлению «свое» и «чужое» [2, с. 471], то не может ли экспансия латиницы повлиять на национальную идентификацию через язык?

Русское письмо с его многовековыми традициями можно назвать консервативным, однако оно также подвержено общему влиянию других языков, что обусловлено в первую очередь виртуальной коммуникацией, сформировавшей новые речевые жанры письменной формы речи, приближенной к устной разговорной: общение на форумах, в группах «ВКонтакте», «Телеграме» и т. д. Нередко при этом латиница комбинируется с кириллицей или иноязычный элемент передается с помощью кириллического алфавита: SIMка, ИТ-специалист [3, с. 14]. Иноязычные элементы активно используются в рекламном дискурсе, где они являются ярким экспрессивным средством, привлекающим внимание потребителя: магазин «BaZар», кафе «Слифки», парикмахерская «MiЛена», SUPER АКЦИЯ [4, с. 106].

В 2022 г. в Госдуму Российской Федерации был внесен законопроект о запрете использования в рекламе букв алфавитов, созданных не на основе кириллицы. Сенаторы О. Ковитиди и С. Цеков, авторы законопроекта, руководствовались тем, что в настоящее время в рекламных текстах преобладают латинские элементы, поэтому кириллица нуждается в защите. Они отмечали также важность кириллицы в национальной культуре как осно-

<sup>2</sup> Собрание законодательства Российской Федерации. 2005. № 23. Ст. 2199.

вы национального кода, который влияет на самобытность и целостность российского государства<sup>3</sup>. При этом уточнялось, что запрет на латиницу в рекламе не коснется фирменных наименований и товарных знаков, прошедших госрегистрацию.

Однако эксперты Госдумы не поддержали представленный на рассмотрение законопроект, сославшись на то, что русский язык находится под защитой Федерального закона о государственном языке. В п. 3 ст. 1473 ГК РФ также говорится о праве юридических лиц иметь фирменное наименование «на любом языке народов Российской Федерации и (или) иностранном языке».

Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), кроме того, отметил, что законопроект о поправках в Закон «О рекламе» мог бы повлечь расходы бизнеса на регистрацию товарных знаков, оформленных латиницей, а комиссия РСПП по связи и ИТ обратила внимание на то, что названия международных стандартов и физических величин, характеристик товаров, названия медицинских приборов, фармацевтических препаратов нередко оформляются на латинице, не имеют аналогов в русском языке и их транслитерация способна ввести пользователей в заблуждение<sup>4</sup>.

Действительно, носители языка привыкли к латинице в русском дискурсе, видят ее и осознают как фрагмент картины мира, не воспринимая, например, названия интернет-магазинов Ozon, Wildberries или журнала «Фемида.Science» как нечто чужеродное.

Принято считать, что экспансия латиницы связана с периодом Перестройки: в англоязычных символах в то время виделись свобода и приобщение к мировой культуре [5]. Однако еще в 1920–30-х гг. А. В. Луначарский и В. И. Ленин выступали за латинизацию в СССР. В результате активного искоренения русского алфавита были насильственно навязаны латинизированные алфавиты 10 народам, ранее использовавшим русскую письменность. Латиница считалась средством, которое может приблизить мировую революцию [6; 7].

Однако в настоящее время Федеральный закон о государственном языке регулирует употребление иноязычных элементов, и возникает вопрос, как быть с наиболее актуальными в наши дни лозунгами «За победу», «Сила в правде», «За наших», которые включают в себя латиницу.

Латинские буквы Z и V давно использовались в русском тексте: музыкальная группа «Музыка Ветра», кинофильм «Шиза» (реж. Г. Омарова, 2004), ЧЕЛОВЕК (название рубрики в журнале «Бумеранг»). С началом СВО они стали употребляться в новом контексте – как символы военной операции, агитационного воздействия и способ выразить свое отношение к те-

<sup>3</sup> Законопроект № 247436-8 «О внесении изменения в статью 5 Федерального закона “О рекламе”» // Система обеспечения законодательной деятельности : [сайт]. URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/247436-8>.

<sup>4</sup> Гаверилук А. «Айди» и выйди: как забота о русском языке может привести к неразберихе в рекламе // Forbes : [сайт]. 14 марта 2023 г. URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/486038-ajdi-i-vyjdi-kak-zabota-o-russkom-azyke-mozet-privesti-k-nerazberihe-v-reklame> (дата обращения: 16.05.2025).

кущим событиям: «За победу», «Сила V правде» [8, с. 386]. Не является ли использование этих букв противоречием Федеральному закону о государственном языке?

Отметим: в документах эти буквы не употребляются: символы набрали свою популярность исключительно за счет уровня патриотизма населения, ведь таким образом народ пытается поддержать русскую армию. Буквы Z и V могут использоваться в публицистическом стиле, что допустимо вследствие его образности, а также в чатах и ТГ-каналах, где язык приближен к разговорному стилю, что тоже не является нарушением стилистических норм. Закон регулирует использование русского языка как государственного, следовательно, нарушения нет.

Что касается ярких баннеров с надписью «Stay Wild» или сайта, где все – от названия до описаний коллекций российского бренда одежды Lime – дается на английском, то этот вопрос связан не столько с «культурным вторжением», сколько с социолингвистикой.

Чтобы разобраться в таком употреблении, представим типичного покупателя Lime: это подросток или молодой человек, который сутками листает TikTok, подписан на англоязычных блогеров и мечтает о поездке в Сеул или Лос-Анджелес. Для него английский – не иностранный язык, а часть цифровой повседневности. Lime просто говорит на языке своих клиентов и позиционирует себя не как региональный, а как международный бренд, даже если 90% продаж приходятся на Россию. Заметим, что китайский Shein или турецкий LC Waikiki тоже используют английский, не скрывая своего происхождения. Это не предательство корней, а бизнес-стратегия.

Lime также не отказывается от русской идентичности – он ее переосмысляет: в рекламе снимаются российские блогеры и местные лица, применяются коллаборации с московскими художниками и дизайнерами, в описании товаров и общении со службой поддержки используется русский язык. Английский здесь лишь «фасад», тогда как «начинка» остается локальной. Это не иностранное вторжение, а, скорее, культурный микс.

Чтобы определить отношение носителей языка к использованию латинских элементов в русском языке, нами был проведен опрос среди россиян разных возрастных категорий. Опрос был создан с помощью Yandex-Forms<sup>5</sup>. Информантам были предложены следующие вопросы:

- как вы относитесь к заимствованиям иноязычных элементов?
- необходимо ли государственное регулирование чистоты русского языка в связи с этими заимствованиями?

Опрос прошли 152 информанта. Возрастной состав респондентов (преобладание молодежи 14–22 лет – 76,9%) указывает на то, что молодое поколение, будучи основным потребителем цифрового контента, более толерантно к иноязычным элементам. Однако наличие негативных оценок даже в этой группе требует внимания к образовательным и просветительским инициативам, направленным на формирование осознанного языкового поведения.

<sup>5</sup> YandexForms. URL: <https://forms.yandex.ru/u/67a79d2584227c29a8f381fc/>.

Исходя из результатов опроса, можно сделать выводы об отношении современных носителей языка к иноязычным средствам.

1. Толерантность к латинским элементам. Более половины участников (53,8%) относятся к использованию латиницы в русских текстах положительно, а вместе с нейтральной позицией (23,1%) это формирует доминирующее принятие заимствований. Это может быть связано с их распространенностью в интернете, соцсетях, технологиях и поп-культуре.

2. Поляризация мнений о влиянии на язык. Почти половина опрошенных (46,2%) считает, что латинские элементы вредят русскому языку, и это демонстрирует конфликт между адаптацией к глобализации и стремлением сохранить языковую чистоту.

3. Равное разделение по вопросу госрегулирования. Мнения о необходимости государственных мер разделились почти поровну (53,8% против, 46,2% – за). Такой результат подчеркивает отсутствие общественного консенсуса: часть общества видит угрозу, требующую контроля, другая доверяет естественному развитию языка.

4. Молодежь – драйвер изменений, но не монолит. Даже среди молодых респондентов есть значительная доля критиков (30,8% в возрасте 14–22 лет дали негативные или нейтральные оценки). Это свидетельствует о том, что языковая толерантность не абсолютна и зависит от личных взглядов, образования или среды.

Таким образом, опрос подтверждает, что русский язык находится в процессе трансформации, а общество разделено между открытостью новым и приверженностью консервативным ценностям. Для гармонизации этих процессов важны диалог, просвещение и гибкие подходы к языковой политике.

Ключевой вывод исследования заключается в том, что язык – живой организм, который дышит, меняется и приспосабливается. Его сила – в способности впитывать новое, не теряя связи с прошлым. Однако эта способность требует осознанного управления. По нашему мнению, для гармоничного развития русского языка необходимы следующие меры:

1) культивировать критическое мышление: учить молодежь отличать продуктивные заимствования (например, IT-термины) от языковой лени, когда иностранные слова используются лишь ради «моды»;

2) интегрировать традицию в инновации: поддерживать проекты, которые переосмысливают русскую лексику в современном контексте (например, digital-фольклор или гибридные жанры в литературе);

3) создавать гибкие правовые механизмы: законы должны не запрещать, а направлять, предлагая альтернативы и поощряя креативность в использовании родного языка;

4) активизировать культурный диалог: через образование, медиа и искусство показывать, что русский язык может быть как хранителем истории, так и проводником в будущее.

В конечном итоге сохранение языка – это не борьба с ветряными мельницами глобализации, а искусство находить золотую середину. Как писал Лев Толстой, «слово – дело великое» [9, с. 346]. Великое потому, что оно объединяет прошлое и будущее, локальное и глобальное, индивидуальное и коллективное. Русский язык, пройдя через петровские реформы, совет-



ские эксперименты и цифровую революцию, доказал свою устойчивость. Его будущее зависит от того, сможем ли мы превратить вызовы в возможности – не отвергая новое, но и не забывая, что в каждом «лайке», «стартапе» или «Z» звучит эхо многовековой истории, которую необходимо беречь.

### Список источников

1. Белинский В. Г. Карманный словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка, издаваемый Н. Кирилловым. Рецензия // Отечественные записки. 1845. Т. XL, № 5. С. 28–29.
2. Высоцкая И. В. «Свое» и «чужое», или Взаимодействие кириллицы и латиницы в современном рекламном тексте // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 471–474.
3. Алексиева Т. И. Игра с графикой в Рунете // Болгарская русистика. 2011. № 3–4. С. 14–22.
4. Мигранова Л. Ш. Графико-орфографическое иноязычие в рекламных вывесках // Филология и культура. 2015. № 4 (42). С. 106–108.
5. Николенко О. Взаимодействие латинской и кириллической графических систем в современной городской среде // Славянские чтения. 2013. № 7. С. 51–62. URL: [https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare\\_articol/27167](https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/27167).
6. Даудов А. Х., Мамышева М. П. Из истории латинизации национальных алфавитов СССР // Вестник Санкт-Петербургского университета. История. 2011. № 2. С. 7–12.
7. Синицын Ф. Л. «Единый северный алфавит»: противостояние латиницы и кириллицы на советском Севере, 1920–1930-е годы // Этнография. 2024. № 1 (23). С. 148–168.
8. Штукарева Е. Б. Латинские графемы Z и V в интернет-жанрах // Жанры речи. 2023. Т. 18, № 4 (40). С. 386–393.
9. Толстой Л. Н. Путь жизни. М. : Типолитография т-ва «И. Н. Кушнерев и К°», 1911. 503 с.

### References

1. Belinsky, V. G. Pocket dictionary of foreign words included in the Russian language, published by N. Kirillov. Review. *Otechestvennye zapiski* = *Domestic Notes*. 1845;XL(5):28–29. (In Russ.)
2. Vysotskaya, I. V. “Own” and “alien” (interaction of the Cyrillic and Latin script in modern advertising texts). *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta imeni N. I. Lobachevskogo* = *Vestnik of Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod*. 2010;(4):471–474. (In Russ.)
3. Aleksieva, T. I. Playing with graphics on Runet. *Bulgarian Journal of Russian Studies*. 2011;(3–4):14–22. (In Russ.)
4. Migranova, L. Sh. Foreign-language graphics and orthography in advertisements. *Philology and Culture*. 2015;(4):106–108. (In Russ.)
5. Nikolenko, O. Interaction between the Latin and Cyrillic graphics systems in modern urban environment. *Slavyanskije chteniya* = *Slavic Readings*. 2013;(1):51–62. (In Russ.) URL: [https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare\\_articol/27167](https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/27167).
6. Daudov, A. Kh., Mamysheva, M. P. On the history of alphabet latinization in the USSR. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Istoriya* = *Vestnik of Saint Petersburg University. History*. 2011;(2):7–12. (In Russ.)

7. Sinitsyn, F. L. "The uniform northern alphabet": confrontation of Latin and Cyrillic alphabets in the languages of the people of the soviet north, the 1920s–1930s. *Etnografia*. 2024;(1):148-168. (In Russ.)
8. Shtukareva, E. B. Latin graphemes Z and V in internet genres. *Speech Genres*. 2023;18(4):386-393. (In Russ.)
9. Tolstoy, L. N. The path of life. Moscow: Printing Company "I. N. Kushnerev and Co"; 1911. 503 p. (In Russ.)

#### **Информация об авторе**

М. М. Хороших – студент 2 курса.

#### **Information about the author**

M. M. Khoroshikh – 2nd year student.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflict of interests.

Статья поступила в редакцию 21.06.2025; одобрена после рецензирования 07.07.2025; принята к публикации 25.08.2025.

The article was submitted 21.06.2025; approved after reviewing 07.07.2025; accepted for publication 25.08.2025.