

## Язык прессы

## Что это за зверь – «говядина»?

© Э. Д. ГОЛОВИНА,  
кандидат филологических наук

В связи с торгово-экономическими проблемами и задачами импортозамещения в товарообороте, в языке средств массовой информации актуализировались названия различных продовольственных товаров, особенно продуктов животного происхождения.

*Ключевые слова:* баранина, говядина, индюшатина, меха, логико-речевые ошибки, современное словоупотребление.

В последнее время появились названия мясной продукции, не традиционной для большей части российской территории. В текстах СМИ эти новации представлены двумя формами.

Во-первых, это описательные словосочетания типа «мясо кита», «мясо буйвола», «мясо цесарки» и т.д.

Во-вторых, это образованные от названий животных суффиксальные имена существительные. Некоторые из них, такие, как «буйволятина» и «крокодилятина» отсутствуют в словарях современного русского литературного языка. Приведем примеры употребления в печати: «*Буйволятину* вообще запрещено ввозить на территорию Евросоюза ... Компания начнет завозить филиппинскую *крокодилятину*» (Собеседник. 2014. № 41).

В Кировской области в последние годы появились страусиные фермы и потому вошло в обиход слово *страусятина*, также пока не учтенное лексикографами.

При образовании названий видов мяса, в том числе от основ с различными фонетическими модификациями, задействованы следующие суффиксы: *-ин(а)*: баранина, говядина, лососина, оленина, свинина и т.д.; *-атин(а)* и *-ятин(а)*: индюшатина, медвежatina; гусятина, козлятина, курятина, лосятина, телятина, утятina, ягнятина и др.

Нельзя не заметить, что в языке СМИ в рассматриваемой лексической сфере часто допускаются логико-речевые ошибки. Из них самая распространенная – употребление плеонастических словосочетаний из разряда «масло масляное», в которых слово *мясо* является избыточным. Например: «Периодически отмечается рост цен на *мясо свинины* и *говядины*» (Бизнес новости. 2014. № 42); «За последнюю неделю мы наблю-

даем незначительное снижение цен на *мясо говядины, мясо свинины, молоко, сливочное масло, рыбу*» (Бизнес новости. 2014. № 42); «Было повышение цен на *мясо говядины*» (Источник новостей. 2014. 25 окт.); «*Мясо свинины на кости*» (Источник новостей. 2010. 24 дек.); «Продаем *мясо говядины*». ООО «Мясосервис» (Навигатор. 2013. № 36).

По смыслу данных предложений получается, что «говядина» и «свинина» – это некие существа, чье мясо и продается как пищевой продукт, что, конечно, не соответствует действительности. Однако не является ошибочным сочетание слова *мясо* с конкретным обозначением его вида в именительном падеже (а не в родительном), то есть с синтаксическим приложением: «Выросла стоимость социально значимых товаров: *мясо говядина* до 4,5%, рыба до 5% ...» (Про город. 2014. № 47).

Нельзя признать правильным и обратное описанному явление – употребление названия животного как обозначения мясной продукции: «Производство мяса, тыс. т: говядина 56,5; баранина и *коза* 156,7 ...» (Аргументы недели. 2014. № 31).

В некоторых газетных текстах обе эти лексические категории – названия животных и названия видов мяса – причудливо переплетаются: «Больше всего у нас растет спрос на свою, русскую экзотику – *кабанов и косуль, лосей, рябчиков, оленину и медвежатину*» (Собеседник. 2014. № 41).

Логико-речевые ошибки, подобные описанным, отмечаются в языке печатных и вещательных СМИ уже не первый десяток лет: «*Мясо говядины* нарезать на небольшие медальоны» (Вести. 2008. № 148); «Закупаем *мясо свинины* по 43 руб.» (Всемир. 2000. № 43); «Закупаем от населения *мясо говядины, свинины, баранины*» (Всемир. 1997. № 44); «*Мясо говядины, рыбы* и рыбные консервы» (Всемир. 1994. № 48).

Аналогичные ошибки зафиксированы нами и в лексико-семантической группе «названия мехов». С базовым словом *мех* употребляют не название животного (чей мех?), а название какой-либо разновидности меха. Например: «Имеется *мех* черной *цигейки*» (Всемир. 1996. № 2); «Вам предложат изделия из *меха* норки, *овчины*, куницы, белки, песца и других» (Презентация. 1995. № 67); «Шубы из *меха* нутрии, австралийской *овчины*, норки, бухарского *каракуля*, енота» (Презентация. 2002. № 52/2).

Приведенные примеры свидетельствуют о том, насколько распространены и на поверхностный взгляд неочевидны логико-речевые ошибки, встречающиеся в медийных текстах и отражающие живое современное словоупотребление.

Киров