Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values https://liberal-journal.ru
2026, №2, Том 10 / 2026, No 2, Vol 10 https://liberal-journal.ru/issue-2-2026.html
URL статьи: https://liberal-journal.ru/PDF/08KLLD226.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:
Николаева Т. Н. Лингвокультурные трансферы в профессиональных дискурсах международных компаний в России: феномен "рунглиша" в корпоративных коммуникациях / Т. Н. Николаева // Либерально-демократические ценности. — 2026. — Т. 10. — № 2. — URL: https://liberal-journal.ru/PDF/08KLLD226.pdf

For citation:
Nikolaeva T.N. Linguistic and cultural transfers in professional discourses of international companies in Russia: the phenomenon of "runglish" in corporate communications. *Journal of liberal democratic values*. 2026; 10(2): 08KLLD226. Available at: https://liberal-journal.ru/PDF/08KLLD226.pdf. (In Russ., abstract in Eng.)

УДК 81

Николаева Татьяна Николаевна
Университет мировых цивилизаций имени В.В. Жириновского, Москва, Россия
Доцент кафедры теории, практики и дидактики перевода,
Канд. фил. наук
E-mail: tanklimova@mail.ru

Лингвокультурные трансферы в профессиональных дискурсах международных компаний в России: феномен "рунглиша" в корпоративных коммуникациях

Аннотация. Статья посвящена анализу феномена рунглиша как лингвокультурного механизма в профессиональном дискурсе международных компаний, функционирующих в России. Автор рассматривает рунглиш не как стихийное «засорение» языка, а как закономерный результат языковых контактов в условиях глобализации, выполняющий важные коммуникативные функции в таких сферах, как IT, финансы, маркетинг и консалтинг. В теоретической части работы обобщаются подходы к лингвокультурному трансферу, концепции интерференции У. Вайнрайха, заимствования Э. Хаугена и модель матричного языка К. Майерс-Скоттон. Особое внимание уделяется социолингвистическому аспекту: рунглиш анализируется как маркер профессиональной, корпоративной и статусной идентичности, а также как инструмент конструирования групповых границ. Эмпирически выявлены и систематизированы морфологические, словообразовательные и синтаксические модели гибридных форм (например, «заапрувить», «замитинговать»), а также описан лексический корпус рунглиша. В статье предлагается классификация прагматических функций рунглиша (номинативная, экономии, идентификационная, эвфемистическая и др.). Автор приходит к выводу, что рунглиш является не девиантным явлением, а функциональным стилем, отражающим глубинные социокультурные изменения в российском бизнесе. Работа имеет прикладное значение для HR-специалистов, преподавателей и разработчиков коммуникативных стандартов.

Ключевые слова: рунглиш; лингвокультурный трансфер; корпоративный стиль; интерференция; матричный язык; вставной язык; базилект

Данная статья посвящена выявлению лингвокультурных механизмов и функций рунглиша в профессиональном дискурсе международных компаний в России. Важно подчеркнуть, что глобализация экономики и экспансия международных корпораций в Россию создают уникальную языковую ситуацию: русский язык в профессиональной среде активно взаимодействует с английским, тем самым порождая гибридные формы коммуникации.

Феномен "рунглиша" (Runglish/Ruslish) вышел за пределы бытового общения и стал реальным рабочим инструментом в банковском деле, IT, маркетинге, консалтинге. Однако, данное явление вызывает противоречие, поскольку, с одной стороны, облегчает профессиональную коммуникацию и маскирует статус говорящего, с другой – вызывает критику как «засорение языка» и инструмент создания «корпоративного тайного языка». В данной статье впервые предлагается комплексный анализ рунглиша именно как профессионального дискурса международных компаний, а не просто как совокупности заимствований. Данное исследование вносит вклад в теорию языковых контактов, лингвокультурологию и профессиональную коммуникацию. Также оно имеет прикладное значение для HR-специалистов в плане понимания корпоративной культуры, для преподавателей делового английского и русского как иностранного, для разработчиков корпоративных стандартов коммуникации.

Обобщая подходы А.Г. Фомина, Е.В. Архиповой и Е.В. Шелестюк, мы определяем лингвокультурный трансфер как процесс переноса языковых элементов (слов, выражений, грамматических конструкций), сопровождающийся переносом стоящих за ними культурных смыслов, моделей поведения, ценностей и коммуникативных практик, из одной лингвокультуры в другую. Это не просто заимствование слов, а трансплантация целостных культурных блоков через язык [4]. Ключевыми характеристиками лингвокультурного трансфера являются: двуединство процесса, адаптация и трансформация, неравновесность влияний, проникновение на разных уровнях. Под двуединством процесса подразумевается перенос не только языковой формы, но и культурного содержания. Например, слово *«дедлайн»* пришло не просто как замена слову «срок», а вместе с западной бизнес-культурой: жесткостью временных границ, приоритетом пунктуальности, стрессовым отношением к срокам. Адаптация и трансформация предполагают перенос исходных смыслов в принимающую культуру с изменением, усечением или обрастанием новыми коннотациями.

Например, английское *«meeting»* (нейтральное) → русское «митинг» (в советской культуре — политическая акция) → современное корпоративное «митинг» (совещание, но с оттенком западного стиля управления). Как результат неравновесности влияний лингвокультурный трансфер чаще происходит от донорской культуры, которая является более экономически или политически доминирующей, к реципиентной. Лингвокультурный перенос происходит на разных уровнях: лексическом (заимствования – *менеджмент, маркетинг, офис*), словообразовательном (английский корень + русский аффикс *аппрувить, заэкспенсить, пролонгировать*), синтаксическом (калькирование конструкций «Я на связи» из *«I am on it»*), дискурсивном (перенос жанров и форматов коммуникации - *презентация, тимбилдинг, мозговой штурм),* концептуальном (усвоение новых понятий и ценностей – *тайм-менеджмент, work-life balance*). В контексте международных компаний в России лингвокультурный трансфер проявляется в том, что сотрудники, используя рунглиш, одновременно усваивают и воспроизводят западные корпоративные практики. Слово *«фидбэк» (feedback)* несет не только значение «обратная связь», но и культурную норму: в западной культуре фидбэк должен быть регулярным, прямым, конструктивным, часто формализованным (annual review). Фраза *«Давай это замитингуем» (Let's meeting on it)* отражает западную культуру управления, где любой вопрос требует отдельного совещания и коллегиального обсуждения. Выражение *«Я тебя услышал» (I hear you)* — калька, передающая западную культуру эмпатической коммуникации и признания точки зрения собеседника, даже если с ней не согласны. Понимание лингвокультурного трансфера позволяет рассматривать рунглиш не как «засорение языка», а как проявление культурных изменений в российском бизнесе: интеграцию в глобальную экономику, усвоение западных управленческих моделей и формирование новой гибридной профессиональной идентичности.

Таким образом рунглиш — это языковой симптом более широких социокультурных процессов, происходящих в международных компаниях в России. В силу своей неоднозначности существует множество определений дискуссионного термина рунглиш (Runglish/Ruslish). По А.В. Варушкиной и А.М. Середе — феномен, встречающийся как в повседневном общении молодежи, так и в профессиональной коммуникации, ускоряющий общение и маркирующий статус [2]. По А.А. Ривлиной — в узком смысле базилектный подвариант русского английского, в широком — различные формы взаимодействия русского и английского [5]. В корпоративных коммуникациях выделяют две разновидности рунглиша – базилект и корпоративный стиль. Рунглиш как базилект подразумевает стихийное, неконтролируемое смешение языков с низким уровнем владения английским (например, в речи технического персонала или на заводах с иностранными специалистами в 1990-е).

Рунглиш как корпоративный стиль – это осознанная практика, намеренно используемая образованными сотрудниками, для эффективности и демонстрации принадлежности к корпоративной культуре. Что касается понимания профессионального дискурса, наиболее полным можно считать определение, объединяющее когнитивные и социокультурные подходы — это институциональное общение специалистов, обладающих специальной подготовкой, которое реализуется в рамках профессиональной деятельности, характеризуется специфическими нормами, целями и жанрами, а также особым типом мышления и языковыми средствами. Профессиональный дискурс международной компании определяется корпоративной коммуникацией, отличающейся гибридизацией языковых средств, ориентацией на западные бизнес-модели и двойной адресацией в виде локального персонала и глобального офиса. [6]

Для анализа феномена рунглиша в корпоративных коммуникациях мы использовали концепцию интерференции Уриэля Вайнрайха (Uriel Weinreich) и анализ заимствований Эйнара Хаугена (Einar Haugen). Согласно Вайнрайху, интерференция — это "отклонение от норм любого из языков, которое происходит в речи билингвов в результате их знакомства с более чем одним языком". Проще говоря, это перенос правил одного языка на другой, возникающие в сознании говорящего. Вайнрайха интересовало, как сосуществование двух языковых систем в сознании индивида приводит к их взаимовлиянию и изменению. Он рассматривал интерференцию как психолингвистический процесс, который может затрагивать все уровни языка — фонетику, морфологию, синтаксис и лексику. Важно отметить, что Вайнрайх включал в свой анализ не только лингвистические структуры, но и социальные аспекты. Он рассматривал такие явления, как "языковой сдвиг" (language shift) и "языковая лояльность" (language loyalty), подчеркивая, что проблемы интерференции тесно связаны с социокультурной средой.[10] Хауген дал ставшее классическим определение заимствования как "попытки воспроизведения в одном языке образцов, ранее найденных в другом". Хауген описывал процесс освоения нового языка билингвом как сложную реорганизацию: "Когда учащийся строит новые системы в приобретаемом языке, он демонтирует и перестраивает системы языка, который он уже знает". Хауген также ввел важное понятие "промежуточных норм" (intermediate norms) в двуязычных сообществах, которые имеют "потенцию к стабилизации". Анализ интерференции (по Вайнрайху) позволяет объяснить, почему в речи сотрудников международных компаний возникают специфические ошибки и "странные" конструкции. Это не просто "плохой английский", а закономерный результат наложения двух языковых систем — русского и английского — в сознании билингва. Анализ заимствования (по Хаугену) позволяет проследить, как английские термины и выражения осваиваются русским языком в корпоративной среде. Здесь можно выделить этапы: от "вкраплений" (code-switching) до полностью интегрированных лексем, подчиняющихся правилам русской грамматики [1]. Концепция "промежуточных норм" Хагена напрямую применима к описанию "корпоративного рунглиша" как стабильной, функционально обусловленной гибридной

формы коммуникации, которая не является ни "чистым" русским, ни "чистым" английским, но служит эффективным инструментом профессионального общения. [7]

Таким образом, теория языковых контактов Вайнрайха и Хагена позволяет рассматривать "рунглиш" не как девиантное явление, а как закономерный и системный результат языкового контакта в специфических социальных условиях международного бизнеса. Идея мировой вариантологии английского языка (World Englishes) была сформулирована Б. Качру в его модели "Three Circles of English" (Три круга английского языка). World Englishes определяются как самостоятельные лингвистические образования, представляющие национальные и региональные варианты английского языка, а не как «неправильный» английский его носителей. К внутреннему кругу (Inner Circle) относятся страны, где английский – родной язык (Великобритания, США, Австралия), они составляют нормотворческий центр. К внешнему кругу (Outer Circle) относят страны, где английский – второй официальный язык (Индия, Сингапур, Нигерия), они исторически являются колониями. И, наконец, к расширяющемуся кругу (Expanding Circle) принадлежат страны, где английский изучают как иностранный, но он активно используется в профессиональной и международной коммуникации (Россия, Китай, Япония, Германия).

Именно в странах Расширяющегося круга и возникают гибридные формы, которые исследователи называют «X-lishes». Джеймс Ламберт определяет «X-lishes» (или просто «lishes») как собирательное название для гибридных языковых форм, возникающих при смешении английского с местными языками [8]. Таким образом Рунглиш является одним из вариантов «X-lishes». Однако, не все ученые признают рунглиш полноценным вариантом английского, как Hinglish (хинди+английский) или Spanglish (испанский+английский) в силу того, что в отличие от стран внешнего кругу в России английский не имеет официальный статус и не используется во всех сферах жизни, оставаясь иностранным языком, не смотря на активное использование в профессиональной среде. Но поскольку формула X [language] + English универсальна к анализу рунглиша применимы те же теоретические подходы, что и к другим гибридным формам. Модель Матричного языка (Matrix Language Frame Model), разработанная Кэрол Майерс-Скоттон (Carol Myers-Scotton) дает строгий лингвистический инструмент для анализа феномена рунглиша, предоставляя системное описание его структуры. Эта модель одна из наиболее влиятельных теорий в изучении переключения кодов (code-switching), то есть феномена, когда билингв в рамках одного высказывания или разговора переключается между двумя языками. Майерс-Скоттон утверждает, что при переключении кодов два языка не равноправны. Один из них выполняет роль матричного языка (Matrix Language — ML), а второй — вставного языка (Embedded Language — EL). Матричный язык представляет «каркас» высказывания, задающий его морфосинтаксическую структуру, порядок слов, грамматические правила, это язык, на котором строится основа предложения. Вставной язык является «наполнителем», поставляющим отдельные слова, фразы или морфемы, которые "вставляются" в грамматическую рамку матричного языка. Например, гибридное высказывание на «корпоративном рунглише»: *Надо заапрувить этот таск до дедлайна.* С точки зрения модели Майерс-Скоттон матричный язык (ML) — русский, он задает всю грамматику: порядок слов ((глагол в конце смысловой группы), падежные окончания, глагольное управление (русская приставка за- + английский корень апрув + русское окончание -ить). Вставной язык (EL) — английский, он поставляет лексические единицы (слова) (апрув, таск, дедлайн) [7].

С точки зрения социолингвистического подхода рунглиш не просто набор слов, а социальный маркер, инструмент конструирования идентичности и отражение языковых идеологий внутри международных компаний в России.

Социолингвистический подход в изучении языка — это направление, которое рассматривает язык в неразрывной связи с обществом: социальными структурами, групповыми идентичностями, властными отношениями и культурными нормами. В рамках этого подхода ключевыми объектами анализа становятся языковые установки (что люди думают о языке) и идентичность (как язык конструирует принадлежность к группе). Языковые установки — это субъективные оценки, мнения, стереотипы и предубеждения, которые носители языка имеют по отношению к языку, его разновидностям, акцентам или отдельным элементам (например, англицизмам). В международных компаниях в России языковые установки по отношению к рунглишу часто неоднозначны. Они могут быть как позитивными ("Это удобно", "Это экономит время", "Это показывает, что ты свой в профессии", "Это нормально для IT/бизнеса"), так и негативными ("Это засорение русского языка", "Это неграмотно", "Это офисный новояз, который отгораживает от клиентов", "Так говорят те, кто плохо владеет ни русским, ни английским"). Однако, даже те, кто критикует рунглиш, часто сами его используют в повседневной речи, таким образом наблюдается расхождение между установкой (убеждением) и реальным поведением [3]. Кроме того, наблюдается динамика вхождения лексических единиц рунглиша (например, дедлайн) в академические словари. Идентичность в социолингвистике понимается не как фиксированная сущность, а как конструируемая и перформативная — мы "делаем" себя через язык. В международных компаниях рунглиш выполняет функции профессиональной, корпоративной и статусной идентичности. Для профессиональной идентичности использование рунглиша сигнализирует: "Я свой, я в этой среде, я понимаю правила игры". Освоение корпоративного рунглиша особенно важно для новых сотрудников, поскольку является частью вхождения в профессию. Корпоративная идентичность проявляется в том, что единый гибридный язык создает ощущение общности, особенно в компаниях, где сотрудники разбросаны по разным странам. Рунглиш становится маркером "своих" и отделяет инсайдеров от аутсайдеров (клиентов, внешнего мира). В некоторых средах использование рунглиша (особенно насыщенного англицизмами) демонстрирует статусную идентичность и воспринимается как признак "продвинутости", образованности, принадлежности к глобальному бизнес-сообществу. Это может создавать иерархию: те, кто "правильно" говорит на рунглише, воспринимаются как более компетентные.

В эмпирической части нашего исследования мы рассмотрели лингвистические характеристики рунглиша, используемого в корпоративной коммуникации. Основными сферами распространения рунглиша являются: IT-сфера (компилить, задеплоить, пофиксить, баг), финансы и банковское дело (аппрувить, заэкспенсить, пролонгировать, овердрафт), маркетинг и реклама (промоутить, брендировать, таргетировать, сэйлз), управление (менеджмент) (митинг, кол, таск, адженда, фидбэк, дедлайн). Морфологические и словообразовательные модели представлены в ***Таблице 1.***

Таблица 1

Морфологические и словообразовательные модели

Модель	Примеры	Комментарий
Английский корень + русский суффикс	аппрув-и-ть, за-экспенс-и-ть, по-фикс-и-ть, реджект-и-ть	Глагольное освоение

Английский корень + русская приставка	за-аппрувить, от-ревьюить, про-апдейтить	Видообразование
Суффиксация существительных	митинг-овать→ митинг-ова-ние	Отглагольные существительные
Сложные слова (композиты)	HR-специалист, IT-отдел, бизнес-ланч	Полукальки
Аббревиатуры и сокращения	ASAP, FYI, PLS (в письменной речи)	Используются как есть
Фонетическая адаптация	митинг (meeting), фидбэк (feedback), дедлайн (deadline)	Освоение произношения

Что касается синтаксических особенностей, к ним можно отнести: калькирование английских синтаксических конструкций ("Я на связи" (I'm on it), "Давай это замитингуем" (Let's meeting on it)); использование английских предлогов с русскими словами ("апрувить на" (approve on)); характерные для корпоративной переписки клише ("Буду рад твоему фидбэку", "Надо засабмитить до дедлайна"). Типичный корпус лексики (словарь рунглиша) представлен в ***Таблице 2.***

Таблица 2

Лексический корпус рунглиша

Слово	**Значение**	**Русский эквивалент (если есть)**
Адженда	повестка дня, расписание	повестка
Баг	ошибка (в программе)	ошибка
Задизайнить	спроектировать	разработать
Забукать	забронировать, заказать	забронировать
Засабмитить	вынести на обсуждение	представить
Заэпрувить	подтвердить, утвердить	утвердить
Кастомер	заказчик, клиент	клиент
Кейс	проект, задача, случай	проект
Кол	звонок	звонок
Митинг	совещание	совещание

Опотьюнити	возможность	возможность
Таск	задача, поручение	задача
Фидбэк	обратная связь	отзыв, обратная связь
Челендж	вызов, сложная задача	вызов

Прагматические и социолингвистические функции рунглиша в корпоративной среде разнообразны. К ним относятся: номинативная, экономии, идентификационная, статусная, манипулятивная/эвфемистическая, игровая/ироническая. В номинативной функции рунглиш заполняет терминологические лакуны, например, в IT сфере многие термины не имеют устоявшихся русских аналогов. В функции экономии русские описательные обороты уступают краткости англицизмов, например, "заапрувить" вместо "получить подтверждение/утвердить". Идентификационная функция является маркером принадлежности профессиональному сообществу, "сигнал для своих", в частности, Использование сленга показывает, что "ты свой". Статусная функция рунглиша демонстрирует образованность, причастность к глобальной культуре, так молодые сотрудники могут подражать руководству. Манипулятивная/эвфемистическая функция предполагает смягчение неприятных смыслов, например, "оптимизация" вместо "увольнения", "реджектить" вместо "отказывать". Игровая/ироническая функция создает комический эффект, языковую игру, например, "проектфюрер".

В ходе дискуссии на тему представляет ли рунглиш угрозу или ресурс, высказываются аргументы «за» и «против». Поддерживающие данное явление выдвигают в его защиту утверждения о том, что это естественный процесс языкового развития, рунглиш функционально необходим, поскольку многие понятия пришли с западными технологиями и бизнес-моделями, он ускоряет профессиональную коммуникацию и является языковой игрой и креативностью в качестве ресурса. Те, кто выступает против, считают, что рунглиш «засоряет», вытесняя исконную лексику, создает коммуникативные барьеры для непосвященных (клиентов, новых сотрудников), снижает языковую компетентность, так как человек перестает искать русские эквиваленты. Однако, в отношении рунглиша необходима взвешенная позиция: это не "самостоятельный язык", а функциональный стиль профессиональной коммуникации, важно различать необходимые термины (IT) и «статусное» употребление там, где есть русские аналоги.

В заключение необходимо отметить, что рунглиш в корпоративных коммуникациях — сложный многомерный феномен, сочетающий лингвистические, социальные и культурные аспекты. Он выполняет широкий спектр функций: от номинативной до статусно-идентификационной и манипулятивной. Несмотря на неоднозначное отношение к рунглишу, его распространение объективно обусловлено глобализацией и потребностями профессиональной среды. С точки зрения теоретической значимости наше исследование уточняет понятие «рунглиш» применительно к профессиональному дискурсу международных компаний, нами также предложена классификация типов гибридных образований и их функций. На основании проведенного исследования представляется возможным выделение практических рекомендаций для HR и корпоративных коммуникаций - осознанно относиться к использованию англицизмов, искать баланс между глобальной унификацией и локальной понятностью, для составителей словарей – фиксировать активно используемую лексику, для преподавателей – учитывать реальную языковую практику в обучении деловому общению. Перспективами дальнейших исследований могут служить сравнительный анализ рунглиша в разных отраслях (IT vs. финансы vs. производство), динамика изменений рунглиша за

последние 10-15 лет с диахронической точки зрения, изучение рунглиша в цифровой среде, экспериментальное исследование восприятия рунглиша носителями с точки зрения психолингвистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бурдыгина, М. А. Code-Switching (Russian – English) in the Discourse of IT-Specialists from Moscow // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. — 2021. — Vol. 14, no. 10. — P. 1581–1591
2. Варушкина, А.В., Середа А.М. What is Runglish? // Язык в сфере профессиональной коммуникации. Екатеринбург, 2021. С. 57-61.
3. Крысин, Л.П. Русское слово, свое и чужое. Москва: Языки славянской культуры, 2004. — 888 с.
4. Маринова, Е. В. Теория заимствования в основных понятиях и терминах : словарь-справочник. — Москва: Флинта: Наука, 2013. — 238, с.
5. Ривлина, А.А. Russian English and what it is not // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2020. Т. 24. № 3. С. 649-668.
6. Сомова, И.Ю., Чичулин, Н.А., Боева, А.С. Мультиязычность как эффективный инструмент успеха на глобальном рынке //Мир науки. Социология, филология, культурология. 2024. Т. 15. № 2.
7. Haugen, E. The Analysis of Linguistic Borrowing // Language. — 1950. — Vol. 26, no. 2. — P. 210–231.
8. Myers-Scotton, C. Duelling Languages: Grammatical Structure in Codeswitching. — Oxford: Clarendon Press; New York: Oxford University Press, 1993. — XIV, 263 p.
9. Proshina, Z. G. Russian English // The Handbook of World Englishes / ed. by C. L. Nelson, Z. G. Proshina, D. R. Davis. — 2nd ed. — Hoboken, N.J.: Wiley-Blackwell, 2020. — P. xxx.
10. Weinreich, U. Languages in Contact: Findings and Problems / with a pref. by A. Martinet. — The Hague: Mouton, 1963. — xii, 148 p. — (Publications of the Linguistic Circle of New York; no. 1)

Nikolaeva Tatyana Nikolaevna
Zhirinovsky University of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: tanklimova@mail.ru

Linguistic and cultural transfers in professional discourses of international companies in Russia: the phenomenon of "runglish" in corporate communications

Abstract. The article is devoted to the analysis of the phenomenon of Runglish as a linguocultural mechanism in the professional discourse of international companies operating in Russia. The author considers Runglish not as a spontaneous "pollution" of the language, but as a natural result of linguistic contacts in the context of globalization, which performs important communicative functions in such fields as IT, finance, marketing, and consulting. The theoretical part of the article summarizes approaches to linguocultural transfer and the concept of interference by W. Weinreich's borrowings, E. Haugen's borrowings, and K. Myers-Scotton's matrix language model are discussed. Special attention is paid to the sociolinguistic aspect: Runglish is analyzed as a marker of professional, corporate, and status identity, as well as a tool for constructing group boundaries. Morphological, derivational, and syntactic models of hybrid forms (e.g., "zaapruvit", "zamitingovat") are empirically identified and systematized, and the lexical corpus of Runglish is described. The article proposes a classification of the pragmatic functions of Runglish (nominative, economy, identification, euphemistic, etc.). The author concludes that Runglish is not a deviant phenomenon, but a functional style that reflects the deep-seated sociocultural changes in Russian business. The work has an applied significance for HR specialists, teachers and developers of communicative standards.

Keywords: Runglish; linguocultural transfer; corporate style; interference; matrix language; inserted language; basilect