

УДК 811.161.1'373.46+811.161.1'373.613

И. Н. Мозовая

*Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара*

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В ЯЗЫКЕ РЕКЛАМЫ

Аналізується метамова, що описує зовнішнє запозичення як процес та як результат, розглядається проблема типології іношомовних слів, які найчастіше функціонують у сучасній російськомовній комерційній рекламі.

Анализируется метаязык, описывающий внешнее заимствование как процесс и как результат, рассматривается проблема типологии иноязычных слов, чаще всего функционирующих в современной русскоязычной коммерческой рекламе.

The metalanguage describing external borrowing as a process and as a result is being analyzed. The problem of typology of foreign words most frequently functioning in the Russian-language commercials is being researched.

Заимствование иноязычной единицы – сложный многосторонний процесс, в котором выделяется несколько аспектов. Л. П. Крысин обозначает следующие актуальные вопросы в исследовании заимствования: какое явление считать заимствованием; причины заимствования; виды или типы мигрирующих элементов; виды или типы иноязычных слов как наиболее часто и регулярно заимствуемых языковых единиц; освоение слова в заимствующем языке и разные стороны этого заимствования; признаки освоения иноязычного слова, позволяющие считать его заимствованным [13, с. 10]. Из всех перечисленных проблем наиболее важными для нашего исследования являются вопросы о том, что считать заимствованием, и терминологическом аппарате, обозначающем это явление, а также проблема типологии иноязычных слов, так как именно эти языковые единицы чаще всего функционируют в современной коммерческой рекламе. Освещение этих проблем и является *целью* данной статьи.

В научной литературе термин *заимствование* используется для обозначения процесса и результата этого процесса. Двувидовая природа глагола *заимствовать*, на которую накладывается фактор индивидуального и общего в языке, определяет различное употребление термина «заимствование»: 1) факт имплантации, т. е. собственно попадания иноязычной единицы в язык, как на индивидуальном, так и на общеязыковом уровне: «Каждое заимствование, по-видимому, делается сначала каким-то одним человеком, а затем принимается и повторяется многими другими, и, возможно, весь процесс повторяется снова и снова» [28, с. 344–345]; 2) процесс адаптации, или усвоения в языке; 3) результат процесса усвоения; 4) комплекс всех стадий: «Заимствование является процессом, во время которого происходит постепенное продвижение от разовых, окказиональных использований данного заимствования, по пути его постепенного освоения средствами языковой системы и, в конце концов, включения его как полноправного элемента в систему языка-рецептора с присвоением характеристик, свойственных исконным единицам соответствующих классов» [4, с. 60].

Языковые заимствования – явление многогранное, так как язык состоит из отдельных ярусов. В связи с этим родовое понятие «заимствование» включает в себя заимствование морфемы, лексическое заимствование, семантическое заимствование, синтаксическое заимствование. Все виды заимствования находятся в иерархической взаимосвязи, и лексическое заимствование является первой ступенью иноязычного влияния [13, с. 19]. Фонологические, морфологические, синтаксические заимствования невозможны без заимствования лексического, без накопления в языке иноязычных слов с одинаковыми характеристиками. Учитывая, что каждый отдельно взятый язык – это самостоятельный организм, действующий по своим законам, не нуждающийся в заимствовании фонетической системы, грамматического строя из другого языка, обычно рассматривается процесс перемещения слов из одного языка в другой (лексическое заимствование).

Термином *заимствование* обозначается как процесс перехода единиц из одного языка в другой, так и заимствованные слова (в принципе, единицы языка любого уровня). Вопрос о терминологическом разграничении понятий «заимствование» и «заимствованное слово» (см. об этом: [13, с. 18]) до сих пор остается нерешенным. Разнобой существует и в наименовании неисконных слов: *иноязычная лексика, заимствованная лексика, иноязычные слова, заимствованные слова, иноязычные заимствования*, – при этом в каждый из терминов нередко вкладывается различный смысл. В частности, Л. П. Крысин относит к термину *заимствование* все слова, которые перешли из какого-либо языка, то есть ставит знак равенства между терминами *заимствование* и *иноязычное слово* [13; 15]. Другие же ученые предпочитают разграничивать эти понятия, исходя из того, что «заимствования полностью подвергаются изменениям в системе принимающего языка, в то время как иноязычная лексика сохраняет признаки своего иноязычного происхождения» [11, с. 8]. В связи с таким подходом существует узкое понимание заимствования как иноязычного слова, отвечающего критериям освоенности. Так, Ю. С. Сорокин и В. М. Аристова отмечают, что заимствованными словами принято считать те слова, которые в достаточной степени освоены заимствующим языком [25; 1].

В то же время некоторые ученые предлагают опосредованное решение, к которому присоединяемся и мы: когда терминологически или логически важно разграничить процесс и единицу языка, логичнее использовать словосочетания *процесс заимствования* и *заимствованные слова, заимствованная лексика* (также конкретные наименования, например, *иноязычное слово, варваризм, экзотизм* и т. д.) [21, с. 67].

В отличие от полностью освоенных заимствований, в кругу заимствованной лексики выделяются слова, которые сохраняют следы своего иноязычного происхождения в виде звуковых, орфографических, грамматических и семантических особенностей, чуждых исконным словам. Такие слова вслед за многими исследователями мы называем иностранными, или иноязычными. Отметим, что полностью освоенные заимствования вполне органично сосуществуют рядом с новыми в текстах русскоязычной рекламы, например: «*III Ежегодная конференция «Управление персоналом в Сибири 2005: Корпоративная культура и мотивация» ... Конференция адресована: топ-менеджерам, руководителям структурных подразделений, специалистам и консультантам в области управления персоналом...*» (Секрет фирмы, № 40, 2005, с. 54); «*Хочешь ориентироваться в модных молодежных брендах? Обрати внимание на **Broadway**. Это немецкая марка, которая выпускает актуальную *casual*-одежду. ... Коллекции обновляются каждый сезон: дизайнеры марки, разрабатывая ту или иную линию, учитывают все международные тенденции *фэшн-индустрии*, при этом создают индивидуальный стиль марки...*»

(Cosmo, авг., 2006, с. 16) (подчеркиванием выделены освоенные, полужирным – новые заимствования. – *И. М.*).

Как мы уже отметили, к спорным вопросам современной теории заимствований относится вопрос о *типах лексических заимствований и видах иноязычных слов*.

Существующие классификации заимствований исходят из разных оснований. Наиболее распространенными являются типологии, построенные на характере заимствуемого материала. Так, Э. Хауген выделяет собственно заимствования (когда заимствуется и значение и звуковая оболочка слова) и гибридные заимствования (производные от заимствованного слова). Этот тип заимствованных слов состоит частично из родного, частично из иностранного материала. К гибридным заимствованиям относятся слова, имеющие в своем составе иноязычные и греко-латинские морфемы [28, с. 210]. Д. С. Лотте выделяет буквальные и трансформированные заимствования. Под буквальными заимствованиями понимается «слово, перенесенное в данный язык из какого-либо языка в том виде (в той форме), в котором оно в нем существует в момент заимствования» [19, с. 10–11]. Трансформированные заимствования – это слова, подвергшиеся языковой трансформации принимающего языка и в процессе заимствования трансформированные (по типу суффиксации). В трансформируемых заимствованиях присутствует элемент словотворчества, который обусловлен не только фонетическими законами принимающего языка.

По наблюдению Э. Ф. Володарской, посвятившей ряд работ англо-русским языковым контактам, «лингвистический материал, подвергшийся заимствованию, может иметь различную природу: звуки, буквы, фонетические правила, слова, морфологические единицы, стилистические элементы, междометия и т. д. Как и любые другие иностранные слова, английские заимствования входят в русский язык как в форме собственно заимствований, так и в форме калек и полукалек» [6, с. 100].

Терминологический корпус, обслуживающий иноязычную лексику, включает в себя более десятка наименований: заимствования; квазизаимствования (Л. М. Баш); ксенизмы (Л. Деруа) – диаксенизмы – палеоксенизмы – экстранизмы (М. Габинский); иностранные слова, варваризмы, экзотизмы (экзотическая лексика, экзотические слова); алиенизмы (В. П. Берков); локализмы; макаронизмы; интернационализмы (интернациональная лексика, интернациональные слова); регионализмы (М. М. Маковский); иносистемные языковые единицы; иноязычные вкрапления, экстремальные заимствования (В. Г. Дружин). Однако, как отмечают сами исследователи, терминология эта не является системной, последовательно разработанной. Видимо, терминологическая база, обслуживающая иноязычные элементы в русском языке, отстает и от самого процесса заимствования, и от развития корпуса заимствованных единиц. Постепенное накопление в языке заимствований, их разная адаптация, с одной стороны, и отмечаемая в последнее время активизация проникновения в язык иноязычных единиц, увеличение их разнообразия (этимологического, тематического, функционального), с другой – все это приводит к сложности, разнообразию, многоуровневости пласта заимствований в русском языке. И, очевидно, анализ этого пласта должен быть разносторонним. И хотя общепринято рассматривать и классифицировать заимствования в разделах, посвященных происхождению лексики русского языка, в противопоставлениях: «свое – чужое» (А. А. Реформатский, А. А. Брагина), «исконно русская – заимствованная лексика» (А. В. Калинин, Э. В. Кузнецова, И. Б. Голуб, Л. И. Рахманова и В. Н. Суздальцева и др.), тем не менее без привлечения заимствований не обходится описание и других разделов: динамика развития, сферы употребления, стилистическое расслоение лексики.

Аналогично и определения терминов сферы заимствований включают в себя такие параметры, как время заимствования и степень адаптации, функциональность использования, количественные и качественные показатели употребительности. Но сопоставление определений показывает, что лингвисты используют разные параметры для одного терминологического наименования, и, как результат, одним термином нередко называются различные пласты заимствованных единиц, либо, наоборот, для наименования определенного круга заимствований используются разные термины.

Анализ лингвистических работ выявляет смешение таких терминов, как *варваризм*, *экзотизм*, *иноязычное вкрапление*, что свидетельствует об отсутствии единого подхода к критериям для номинации этих разнородных явлений. Кратко охарактеризуем существующие подходы к выделению отмеченных единиц.

**Экзотизмы.** Экзотизмы – это национальные названия предметов быта, одежды, обычаев, обрядов того или иного народа, той или иной страны. Попадая в язык-реципиент, они обычно бывают освоены грамматически и фонетически русским языком и передаются на письме средствами русской графики, но сохраняют национальные языковые черты и функционируют как обозначения уникальных, не имеющих аналогов в принимающем языке явлений. Их смысловая функция заключается в передаче колорита исконной культуры носителей языка. Признаками экзотической лексики являются: отнесенность к национальной реалии, ее уникальность, отсутствие синонимов в принимающем языке, высокая степень обусловленности культурой нации.

Как известно, на природу «экзотизма» существуют разные точки зрения в лингвистической литературе. Одна группа ученых считает, что в основе выделения экзотизмов из иноязычной лексики лежит только внешнесистемный признак [26; 3 и др.] – отнесенность реалии к чужой жизни, культуре. Другая часть лингвистов не учитывает внешнесистемный признак, а анализирует «экзотизмы» только в ряду противопоставлений: экзотизмы – освоенные заимствования [20] и др.).

В работах Л. П. Крысина [13; 14] учитываются оба признака экзотической лексики (внешнесистемный и их неосвоенность в языке-реципиенте). Разделяя по степени освоенности заимствованные слова (= освоенные) и экзотизмы (= неосвоенные), Л. П. Крысин пишет, что «слово не может быть заимствовано раньше, чем предмет, им обозначаемый» [14, с. 89], в то же время экзотизм с заимствованием предмета может стать заимствованным словом [13, с. 50; 12, с. 107]. Однако здесь нужно оговорить один существенный момент. Характеризуя экзотизмы, Л. П. Крысин пишет, что они, «хотя и переданы русской графикой, представляются чуждыми для носителей языка» [13, с. 39]. Надо заметить, что «чуждость» собственно экзотизмов, обусловленная их природой, связана с семантической недоосвоенностью, не столько выраженной в затененности денотата, сколько с этнокультурным (культурно-национальным, культурным) компонентом лексического значения, компонентом, который «опирается на особые фоновые знания о реалиях и фрагментах действительности, свойственных тому или иному народу или культурной общности тех или иных народов» [24, с. 63], и который в заимствовании-экзотизме маркирован отнесением к жизни других народов. Маркированность по этнокультурному компоненту лексического значения и выделяет экзотизм в ряду иноязычных заимствований как единицу, используемую функционально – при описании явлений, отсутствующих в жизни русских, и для передачи, создания местного колорита.

Проводником новых экзотизмов в наши дни чаще всего служат рекламные публикации в гляцевых журналах, посвященные путешествиям в разные страны. Новые экзотизмы, попадая в русскоязычную рекламу, чаще всего сопровождаются

пояснительным комментарием, в то время как известные экзотизмы подаются без пояснений. См., например, фрагменты рекламы а) духов: «Первая капелька *Girl 2* на твоей коже раскрывается трепетным ароматом спелого манго и пикантностью юзу (это кислый японский фрукт с очень ароматной коркой). Затем у экзотического фруктового коктейля появляется аромат маракуйи...» (Cosmo, авг., 2006, с. 14); б) массажа: «Кисть руки (по-корейски «су») и стопа («джок») – это миниатюрные модели тела. На них располагаются биологически активные точки, соответствующие внутренним органам. Раздражая чудо-точки, можно стимулировать работу органов. Система такого точечного лечения, как ты догадываешься, называется су-джок» (Cosmo, авг., 2006, с. 146); в) лакомства: «Малолетних домочадцев можно порадовать уникальным грузинским «сникерсом» – чурчхелой – «позвоночикообразной» сладостью из лесных орехов, залитых янтарно-рубиновой «смолой» из сваренного с мукой виноградного сока» (MINI, сент., 2004, с. 168) (полужирным курсивом выделены новые экзотизмы, подчеркиванием – уже известные. – И. М.) и т. д.

Иноязычное вкрапление. Термин *иноязычное вкрапление* широко используется в лингвистической литературе. К иноязычным вкраплениям ученые относят «незамкнутые группы слов» чужого языка, употребление которых обусловлено «степенью знакомства говорящего с иностранным языком, некоторыми стилистическими или жанровыми особенностями речи» [13, с. 46]. В отличие от лексических заимствований, иноязычные вкрапления «не принадлежат системе использовавшего их языка, но функционируют в качестве более или менее связанных с лексическим и грамматическим строем этого языка единиц» [Там же, с. 49].

Термин *иноязычное вкрапление*, введенный А. А. Леонтьевым [15], «в общенародном языке помогает раскрыть суть обозначаемого им лингвистического явления: слово «вкрапление» образовано от глагола *вкрапить*, перен. – поместить, вставить куда-нибудь отдельными кусками, частями (словарь Д. Ушакова)» [17, с. 11]. Ю. Т. Листрова подчеркивает, что, находясь за пределами русского языка, иноязычные вкрапления-лексемы представляют собой не заимствованную, а использованную лексику чужого языка в русской речи, в отличие от русской лексики иноязычного происхождения не являются фактами русского языка, не входят в его словарный состав и поэтому, как правило, не отражаются в словарях русского языка [Там же]. Исследователь обращает внимание на то, что термин *иноязычное вкрапление* обозначает иноязычные явления разного «объема» (от звука до куса связанного текста в несколько страниц), включенные как инородные тела в речь билингвов» [17, с. 3–18]. То, что заимствованные языковые единицы первоначально фигурируют в качестве иноязычных вкраплений в речи билингвов, подтверждается и социолингвистическими исследованиями иноязычных новаций: «наиболее пронизываемыми для заимствований оказываются прежде всего группы билингвов (или полилингвов), по роду своей профессиональной деятельности связанные с непосредственными внешними контактами в экономике (бизнесе) и политической сфере» [8, с. 139]. Фактор билингвизма в процессе заимствования ранее выделял как общепризнанный и Л. П. Крысин, выражая и собственное мнение: «Знакомство с передающим языком, некоторый минимум двуязычия – главное условие лексического заимствования» [13, с. 32].

Кладя в основу применения термина *иноязычное вкрапление* принцип билингвизма пользователя, Ю. Т. Листрова-Правда и ее последователи относят к иноязычным вкраплениям не только полные (вставленные в русскую речь без изменений) и частичные (ассимилированные в той или иной мере), но и контаминированные (русско-иноязычные) вкрапления. В. М. Феоктистова также отмечает, что ино-

язычное вкрапление может быть не только текстовым, внутрисинтагматическим, но и внутрисловным. В последнем случае буквы приобретают знаковые свойства и вносят дополнительное значение в общую семантику высказывания: «Светская хроника» (КП) [27, с. 10]; см. также наименование предприятия, обнаруженного нами в тексте рекламного объявления: ЦКТ «*PR*опаганда» (Секрет фирмы, № 40, 2005, с. 54).

Следует отметить, что контаминированные и внутрисинтагматические вкрапления достаточно часто используются в рекламе, являясь действенным средством привлечения внимания читателя, см., например, слоган рекламы электронной карты банка «Союз» для молодежи: «Он не просто тратил деньги – он делал это как союзник!» (JOY, авг., 2006, с. 35). Приведем также ряд примеров контаминированных вкраплений, типичных для русскоязычной рекламы: «*Beauty*-гурманья. Гурманкой можешь ты не быть, но баловать свою кожу всякими лакомствами обязана ... угости свое личико сывороткой Cellular elixir от Lancaster с экстрактами цитрусовых и кофе...» (MINI, авг., 2006, с. 26); «Маска Masque Magique от Christian Dior. ...содержащиеся в маске питательные вещества обеспечат твоей коже правильный *beauty*-рацион» (MINI, авг., 2006, с. 140); ср. также: «*Бьюти*-приемы обольщения» (Cosmo, сент., 2005); «Самая модная. Среди горячих *hair*-тенденций–2006 – длинные локоны, прямые у корней, шиньоны в стиле 60-х, конские хвосты и холодная волна» (Cosmo, авг., 2006, с. 134); и др.

Особо следует отметить, что при определении иноязычных вкраплений адаптационный параметр – неосвоенность – лингвистами ставится на первое место. Основные функциональные параметры употребления этого термина связаны с чужеродностью материала. Следует отметить, что использование иноязычных вкраплений окказионально, всегда привязано к контексту, как правило, сопровождается текстовыми средствами выделения информации и пояснениями; они не фиксируются в словарях.

В а р в а р и з м. Общий подход, без конкретизации, к термину *варваризм* – обозначение им в разной степени неусвоенного иноязычного материала в противовес усвоенным заимствованиям – отражен в статье Л. П. Крысина: «Не всякое иноязычное слово, употребляемое в речи, может считаться заимствованием, т. е. элементом, необходимым в системе языка и связанным с нею. Заимствованным считается слово, удовлетворяющее некоторым условиям внутриязыкового (отсутствие семантических дублетов на лексическом уровне и употребительность не менее чем в двух разных речевых жанрах) и внешнего порядка (слово не может быть заимствовано раньше, чем предмет, им обозначаемый). Большое число иноязычных слов, встречающихся в речи, но не удовлетворяющих названным условиям, является варваризмами» [14, с. 89–90].

Давняя традиция считать варваризмами чуждые языковой системе элементы, противопоставляя их освоенным, принадлежащим системе языка, отражала самое широкое понимание этого термина.

Сейчас в лингвистических работах разрабатывается конкретизация стадий освоения заимствований, и понятие «варваризм» сужается. Адаптационный параметр теперь уже включает в себя несколько противопоставлений варваризмов и других терминов по степени освоенности соответствующих языковых единиц. Однако все лингвисты, использующие этот термин, называют варваризмами слова и выражения, не освоенные языком (Крысин, Реформатский, Калинин, Шанский, Фомина, Брагина, Кузнецова, Голуб, Колесов); не закрепившиеся в языке [30]; не вошедшие в язык [9].

Таким образом, важная особенность варваризмов состоит в том, что они не освоены языком-рецептором и не зафиксированы в словарях, часто имеют иноязычное написание, которое «нарушает «чистоту» речи» [22, с. 68]. Однако в отличие от иноязычных вкраплений, всегда сохраняющих графику языка-источника, варваризмы могут передаваться и кириллицей, что не меняет их характера. Варваризмы, по мнению С. В. Гринева, не называют иностранных реалий, имеют соответствия в принимающем языке и легко могут быть переведены, но это нецелесообразно [7, с. 167].

При различении понятий *иноязычное вкрапление* и *варваризм* наиболее ярко прослеживается несогласованность подходов лингвистов, которая выражается в том, что эти термины могут употребляться и как эквиваленты и как соотносенные между собой гипонимы, а также в том, что они могут синонимизироваться с другими обозначениями. Так, наряду с термином *иноязычное вкрапление* (не всегда в качестве его эквивалентов) в литературе применяются и иные: *варваризм* [5; 19; 27; 29], *экзотизм-вкрапление* [2] и др. Н. М. Шанский и В. Н. Вакуров употребляют в своих работах термин *варваризм* вместо термина *иноязычное вкрапление*, Д. С. Лотте [19] считает, что термины *варваризм* и *иноязычное вкрапление* не синонимичны, так как термин *иноязычное вкрапление* целесообразнее применять для окказионального употребления иностранных слов в русской речи (в нерусской графике), варваризмы не имеют регулярного употребления в закрепленных за ними функциональных сферах; В. М. Феоктистова [27] рассматривает варваризмы как часть иноязычных окказиональных вкраплений. Иноязычные вкрапления иногда рассматриваются как предшественники варваризмов: «На первых ступенях заимствованные слова чужого языка могут употребляться в текстах заимствующего языка в качестве иноязычных вкраплений, сохраняя свой иноязычный облик, а если они (обычно это проявление моды) получают более или менее регулярное употребление, то их называют варваризмами» [16, с. 158]. Некоторые ученые вообще предлагают отказаться от понятия «варваризм» в пользу понятия «иноязычное вкрапление», исходя из того, что термин *варваризм* в русском языке имеет отрицательную коннотацию за счет сем ‘пренебрежительное’ (стилистическая сема), ‘невежественный’, ‘грубый’, ‘жестокий’ (содержательные семы), имеющих в семантике производящей основы *варвар-*. Поэтому предпочтительнее термин *иноязычные вкрапления*, он составной по своей структуре и отражает более точно сущность понятия» [23, с. 313].

Мы исходим из того, что *варваризм* – это особая заимствованная единица. Для рационального разграничения терминов *варваризм*, *иноязычное вкрапление* и *экзотизм* и стоящих за ними понятий Т. В. Новикова предлагает рассмотреть, прежде всего, соотношенность данных терминов с соответствующими группами заимствуемой лексики. По наблюдениям исследовательницы [21, с. 48–50], наиболее полно сопоставляются термин *экзотизм* и группа выделяемой экзотической лексики. Термины *иноязычное вкрапление* и *варваризм* не имеют устойчивого соотношения с какой-либо определенно выделяемой в неосвоенной заимствованной лексике группой. В использовании термина *экзотизм* превалирует функциональный план применения, для терминов *иноязычное вкрапление* и *варваризм* преимущественным является адаптационный план. Широкие адаптационные границы экзотизмов (от полностью усвоенных до неосвоенных, окказионально используемых) и функциональные параметры иноязычных вкраплений и варваризмов, а также возможность объединения применительно к одному слову двух параметров, позволяют сделать вывод, что слово, употребленное функционально как экзотизм, в адаптационном плане может быть варваризмом или иноязычным вкраплением.

Таким образом, следует противопоставлять термины *иноязычное вкрапление* и *варваризм* по критерию освоенности, но не противопоставлять их *экзотизмам*, а использовать параллельно для более точной, двухплановой классификации заимствований. В свою очередь, при сопоставлении иноязычных вкраплений и варваризмов следует учитывать, что оба термина применяются по отношению к неосвоенным заимствованиям как обозначение некой стадии, предшествующей освоению лексической единицы, ср.: «все лексические заимствования из других языков, прежде чем войти в словарный состав языка, прошли стадию иноязычных вкраплений» и другое: «практически все заимствования, прежде чем войти в постоянный состав лексики, какое-то время были варваризмами» [18, с. 13].

Относительно собственно терминов *иноязычное вкрапление* и *варваризм* отметим, что только у первого есть четкий определяющий критерий – иноязычные вкрапления вводятся в речь билингвами. Варваризмы же такой маркировки не имеют. Относительно описываемых этими терминами категорий следует заметить, что в отличие от иноязычных вкраплений, которые включают и отрезки текста разной величины, под варваризмами подразумеваются меньшие иноязычные сегменты – слова и словосочетания, – именно те элементы, которые могут войти в лексический состав языка.

Далее отметим, что, помимо большого количества иноязычных элементов, употребляющихся в речи билингвами (полилингвами), в языке существует крупный пласт неосвоенных заимствований, которые, однако, активно употребляются и монолингвами, что говорит о большей их распространенности и, следовательно, о большей степени освоенности в языке. Многие такие заимствования настолько употребительны, что образуют дериваты (например, словообразовательные: *пейджинг* – *пейджинговый* или семантические: *телефакс* / *факс* как аппарат для передачи сообщений и, впоследствии, переданное таким образом сообщение).

Очевидно, что в языке существует пласт иноязычных языковых единиц, подвергшихся большей адаптации, чем иноязычные вкрапления, но которые все же не являются усвоенными, и этот пласт требует своего определения. Использование термина *варваризм* в целом отвечает классификационным запросам корпуса такой лексики – общепринято обозначать им неосвоенные заимствования, не маркированные отнесением к пользователю-билингву.

Вслед за Т. В. Новиковой, мы принимаем следующее определение варваризма: *варваризмы* – это иноязычные единицы любой функционально-стилистической направленности, в адаптационном плане вышедшие за пределы иноязычных вкраплений (показатель – использование не только билингвами, но и монолингвами), но еще не вошедшие в систему языка, не ставшие его полноправными членами (показатель – не зафиксированы в нормативных академических словарях) [21, с. 58].

На стадии варваризма происходит освоение фонетического, графического, грамматического, семантического планов слова, поэтому для варваризма характерна соответствующая вариантность (в произношении и написании: *серфинг* – *сёрфинг*, написании: *секонд хэнд* – *second hand*, *плейер* – *плэйер* – *плеер*; в понимании: *ксерокс* – любой копировальный аппарат или только фирмы «Хегох»); на этой стадии слово фиксируется в неологических словарях и справочниках и в словарях иностранных слов.

Варваризмы (как и иноязычные вкрапления-лексемы или иностранные слова) могут иметь экзотическую окраску (*сабвей* «подземная железная дорога, метро в США», *пентхаус* «в США жилая пристройка на плоской крыше» [10]) или представлять собой нейтральные номинации (*гамбургер*, *памперсы*, *шоп*), включать в



себя специальную, терминологическую лексику (*саммит, мониторинг, веб-сайт / web-сайт / web site*).

Как мы уже отмечали, в языке современной коммерческой рекламы наряду с освоенными заимствованиями возможны все типы рассмотренных иноязычных слов. В некоторых случаях рекламный текст может одновременно репрезентировать разнотипную иноязычную лексику, как, например, реклама фирменного коктейля клуба ИКРА: «*Западные стандарты* (заимствование) *клубной индустрии* (заимствование): *лучшие диджеи* (варваризм), *прекрасный звук, несколько залов, трэш-гламурный дизайн* (в значении «художественное оформление интерьера» – переосмысление заимствования). *Здесь как дома собираются деятели видеоарта* (варваризм), *киноманы* (неологизм-сложение на основе иноязычных компонентов кино- + ...ман) и *театральные артисты* (заимствование). *Фирменный коктейль* (заимствование) «*Стальные яйца*» (*ликер* (заимствование) *калуа* (экзотизм), *текила* (экзотизм), *лайм* (заимствование)) – 210 руб. *Концерт FRONT LINE ASSEMBLY* (иноязычное включение) (*Канада*) – 30 августа в 22:00» (Cosmo, авг., 2006, с. 161).

Вопрос о том, насколько оправданно использование различных типов иноязычных слов в языке современной русскоязычной рекламы с точки зрения их информативности и социокультурной значимости, намечает перспективу отдельного самостоятельного исследования, поиску ответа на него могут быть посвящены дальнейшие изыскания по затронутой в данной статье теме.

### Библиографические ссылки

1. **Аристова В. М.** Англо-русские языковые контакты (англицизмы в русском языке) / В. М. Аристова. – Л. : ЛГУ, 1978. – 151 с.
2. **Берков В. П.** Вопросы двуязычной лексикографии : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / В. П. Берков. – Л., 1971. – 43 с.
3. **Берков В. П.** Двуязычная лексикография. – [2-е изд., перераб. и доп.] / В. П. Берков. – М. : Астрель. АСТ. Гранзиткнига, 2004. – 236 с.
4. **Брейтер М. А.** Процесс языкового заимствования как способ реализации коммуникативных потребностей в рамках межкультурного взаимодействия / М. А. Брейтер // Лингвокогнитивные проблемы коммуникации. – М., 1997. – С. 49–65.
5. **Вакуров В. Н.** Иноплеменные слова в современной российской публицистике: Язык печати, радио, телевидения / В. Н. Вакуров // Вестник Московск. ун-та. Сер. 10. – 1993. – № 4. – С. 24–36.
6. **Володарская Э. Ф.** Заимствование как отражение русско-английских контактов / Э. Ф. Володарская // Вопросы языкознания. – 2002. – № 4. – С. 96–118.
7. **Гринев С. В.** Введение в терминоведение / С. В. Гринев. – М. : Московский лицей, 1993. – 309 с.
8. **Какорина Е. В.** Иноязычное слово в узусе 90-х годов (социолингвистическое исследование) / Е. В. Какорина // Русский язык сегодня / отв. ред. Л. П. Крысин. – М., 2000. – С. 137–156.
9. **Касаткин Л. Л.** Лексикология / Л. Л. Касаткин // Краткий справочник по современному русскому языку / под ред. П. А. Леканта. – М. : Рус. яз., 1995. – С. 8–66.
10. **Комлев Н. Г.** Словарь новых иностранных слов / Н. Г. Комлев. – М., 1995.
11. **Кошкарлова Н. Н.** Структурно-семантические особенности и степень адаптации англоязычной частично ассимилированной лексики в русском компьютерном подязыке : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. Н. Кошкарлова. – Екатеринбург, 2004. – 22 с.
12. **Крысин Л. П.** Заимствованное слово как транслятор иной культуры / Л. П. Крысин // Глобализация – этнизация: Этнокультурные и этноязыковые процессы: в 2-х кн. – Отв. ред. Г. П. Нешименко. – М. : Наука, 2006. – Кн. 1. – С. 106–113.

13. **Крысин Л. П.** Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – М. : Наука, 1968. – 208 с.
14. **Крысин Л. П.** О новых иноязычных заимствованиях в лексике современного русского литературного языка / Л. П. Крысин // Вопросы культуры речи. – Вып. 5. – М., 1964. – С. 71–90.
15. **Леонтьев А. А.** Иноязычные вкрапления в русскую речь / А. А. Леонтьев // Вопросы культуры речи. – Вып. 7. – М., 1966. – С. 60–68.
16. **Лингвистический энциклопедический словарь** / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.
17. **Листрова Ю. Т.** Иносистемные языковые вкрапления в русской художественной литературе XIX века / Ю. Т. Листрова. – Воронеж, 1979. – 155 с.
18. **Листрова-Правда Ю. Т.** Отбор и употребление иноязычных вкраплений в русской литературной речи XIX века / Ю. Т. Листрова-Правда. – Воронеж, 1986. – 142 с.
19. **Лотте Д. С.** Вопросы заимствования и упорядочения иноязычных терминов и терминологических элементов / Д. С. Лотте. – М. : Наука, 1982. – 148 с.
20. **Мартынек В. Д.** К вопросу о лексико-семантической ассимиляции английских слов в современном русском литературном языке / В. Д. Мартынек // Вопросы истории и методики преподавания иностранных языков. – Вып. 2. – Днепропетровск, 1970. – С. 36–37.
21. **Новикова Т. В.** Англо-американские заимствования-варваризмы в современном русском языке: 1990-е годы : дис. ... канд. филол. наук / Новикова Т. В. – СПб., 2003. – 182 с.
22. **Ожегов С. И.** Лексикология. Лексикография. Культура речи / С. И. Ожегов. – М. : Высш. шк., 1974.
23. **Современный русский язык: Теория. Анализ языковых единиц** : в 2 ч. – Ч. 1 / под ред. Е. И. Дибровой. – М. : Изд. центр «Академия», 2001. – 544 с.
24. **Солодуб Ю. П.** Структура лексического значения / Ю. П. Солодуб // Научные доклады высшей школы. Филологические науки. – М., 1997. – № 2. – С. 220–226.
25. **Сорокин Ю. С.** Развитие словарного состава русского литературного языка в 30–90-е гг. XIX в. / Ю. С. Сорокин – М. : Наука, 1965. – 565 с.
26. **Супрун А. Е.** Экзотическая лексика / А. Е. Супрун // Научные доклады высшей школы. Филологические науки. – М., 1958. – № 2. – С. 51–54.
27. **Феоктистова И. М.** Иноязычные заимствования в русском литературном языке 70–90-х годов XX века : автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. М. Феоктистова. – Тверь, 1999. – 20 с.
28. **Хауген Э.** Процесс заимствования / Э. Хауген // Новое в лингвистике. Языковые контакты. – Вып. 6. – М. : Прогресс, 1972. – С. 344–382.
29. **Шанский Н. М.** Лексикология современного русского языка. – [2-е изд., испр.] / Н. М. Шанский – М. : Просвещение, 1972. – 327 с.
30. **Шмелев Д. Н.** Современный русский язык : Лексика / Д. Н. Шмелев. – М. : Просвещение, 1977. – 335 с.

*Надійшла до редколегії 23.12.08*