

УДК 801.316.3+808.2-02

**НОВЕЙШАЯ КСЕНОЛЕКСИКА В РУССКОЙ
РЕЧИ XXI ВЕКА: К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОБЪЕМА
ПОНЯТИЯ**

О.Г. Щитова

Томский политехнический университет

E-mail: shchitova@tpu.ru

Щитова Ольга Григорьевна,
д-р филол. наук, профессор,
зав. кафедрой русского языка и
литературы Института между-
народного образования и язы-
ковой коммуникации ТПУ.
E-mail: shchitova@sibmail.com
Область научных интересов:
языковое контактирование,
лингвокультурология, общая
и диалектная лексикология,
история русского языка, эти-
мология.

Статья посвящена центральной проблеме неологии – неологизмам иноязычного происхождения. Рассматривается объем понятий *ксенолексика*, *новейшая ксенолексика* в их отношении с другими понятиями теории заимствования. Выделены группы новейшей ксенолексики с точки зрения особенностей их фиксации в лексикографических источниках.

Ключевые слова:

Контактология, неология, лексическое заимствование, иноязычное слово, новейшая ксенолексика, иноязычный неологизм, новейшее заимствование.

Глобализация современного мирового информационного и экономического пространства является главной причиной интенсивного межкультурного и межъязыкового взаимодействия, приводящего к активизации процесса лексического заимствования в разных языках. Особую роль в данном процессе играет английский язык, который на современном этапе развития общества приобрел статус языка международного общения в разных сферах коммуникации: науке, политике, экономике, искусстве, моде, туризме, технике и др. Английский язык является также языком компьютера, а компьютерные технологии сегодня – самые популярные средства общения. Вследствие этого английский язык выступает в качестве источника заимствования для западноевропейских, славянских и других языков. Активизация процесса лексического заимствования характерна и для русского языка последних десятилетий XX и начала XXI вв. Исследованию данного явления в аспекте неологии (раздела языкознания, изучающего активные процессы в языковой системе последних лет, приводящие к ее «обновлению») посвящены труды целого ряда ученых, таких как В.В. Колесов, В.Г. Костомаров, Л.П. Крысин, С.М. Любошиц, И.О. Наумова, Н.В. Новикова, М. Осоргин, С.В. Подчасова, Р.Н. Попов, Г.Н. Скляревская, И.С. Улуканов, В.А. Чеснокова, Т.В. Новикова [1], А.Д. Васильев, Т.К. Веренич [2], Г.Е. Шилова [3], Е.В. Маринова [4], Е.А. Калиновская [5] и др.

Целью работы является определение объема понятий *ксенолексика*, *новейшая ксенолексика* на материале разговорной речи жителей г. Томска, масс-медиа, специальной периодики.

Среди лексических единиц иноязычного происхождения, употребляющихся в русском языке последних двух десятилетий, существуют слова, находящиеся на разных этапах освоения (фонетико-графического, грамматического, словообразовательного, семантического и др.). Для данных иноязычных неологизмов более подходят общепринятые терминологические сочетания: *иноязычные слова*, *слова иноязычного происхождения*. Мы предлагаем использовать однословный термин *ксенолексика* (греч. ξένος 'чужой'). Термин *ксенолексика* имеет более широкое значение по сравнению с термином *заимствованное слово* (*заимствование*). Заимствованные слова – это иноязычные лексические единицы, ассимилированные, освоенные принявшим их языком, а для ксенолексики (слов иноязычного происхождения) вопрос о степени освоенности в языке-реципиенте не решается однозначно, остается открытым и должен исследоваться отдельно для каждого слова.

В объем понятия *ксенолексика* входят слова иноязычного происхождения, находящиеся как на самых ранних, так и на поздних этапах ассимиляции в языке-реципиенте (принимавшем языке): иноязычные вкрапления, иностранные слова (варваризмы), экзотизмы, заимствованные слова.

Под *иноязычными вкраплениями* (нетранслитерированными иноязычными единицами) понимаются слова и выражения, графически оформленные в языке-реципиенте средствами языка-источника (*SPA* 'оздоровительный комплекс процедур с использованием воды', *V.I.P.* 'очень важная персона', *battle* 'состязание, конкурс', *party* 'вечеринка', *rap* 'рэп', *twitter* 'онлайн-сервис для ведения микроблогов', *Zara* 'модный бренд', ср.: *happy end* 'счастливый конец', *nota bene* 'запомни хорошо' и др.).

Варваризмы (иностранная лексика) – иноязычные слова или выражения, встречающиеся в речи носителей принимающего языка, оформленные его графическими средствами, но еще не закрепившиеся в нем на правах составного элемента лексико-семантической системы; иностранные слова не полностью освоены языком и воспринимаются как чужеродные, как нарушение общепринятой языковой нормы (*андеграунд* 'подполье', *билборд* 'рекламный щит', *браузер* 'обозреватель', *граффити* 'рисунки и надписи на стенах современных сооружений', *гуру* 'духовный наставник, уважаемый человек', *инсайдер* 'знающий, осведомлённый человек; разведчик', *инсталляция* 'установка, сборка', *крейзи* 'сумасшедший', *неофит* 'новичок в каком-либо деле', *хэдлинер* 'популярный артист' и др.) [ср. 1].

Экзотизмы – слова иноязычного происхождения, служащие наименованиями явлений, свойственных жизни других народов (*грин-кард* 'удостоверение личности или так называемая идентификационная карта, подтверждающая наличие вида на жительство у человека, не являющегося гражданином США, постоянно проживающего, и предоставляющая право трудоустройства на территории этой страны', *прайвеси* 'особая правовая категория в англо-американской правовой системе, означающая тайну и неприкосновенность частной жизни, интимную сферу человека', *душман / моджахед* 'боец вооруженных формирований, выступавших на стороне оппозиции во время войны в Афганистане', *шахид* '(в исламе) фанатик, жертвующий собой ради общей цели', *якудза* 'японская мафия'; ср. более ранние экзотизмы, известные в русском языке до 1990-х гг.: *арык*, *аул*, *гейша*, *зурна*, *кишлак*, *кунак*, *сакля*, *чайхана*, *чинара* и др.).

Заимствованная лексика – иноязычные слова, освоенные заимствующим языком (*аэробика*, *бакалавр*, *бармен*, *бейсбол*, *блог*, *биатлон*, *бизнесмен*, *бонус*, *боулинг*, *ваучер*, *гамбургер*, *гламур*, *депиляция*, *дефолт*, *джакузи*, *дизайн*, *дискета*, *допинг*, *дотация*, *йога*, *йогурт*, *кайф*, *камуфляж*, *кастинг*, *кетчуп*, *киллер*, *клип*, *кока-кола*, *консенсус*, *крекер*, *курсор*, *кутюрье*, *легинсы*, *пицца*, *степлер*, *чипсы*, *шейпинг*, *шоп*, *шоу*, *шоумен* и др.).

Определим хронологические границы проникновения в русский язык корпуса языковых единиц, входящих в понятие *новейшая ксенолексика*. В словаре «1000 новых иностранных слов» Л.П. Крысина зафиксированы иноязычные единицы, известные в русском языке с середины XX в. [6]. Н.Г. Комлев считает «новыми» иностранными словами лексические единицы, употребляющиеся в современном русском языке, но отсутствующие в имеющихся фундаментальных словарях иностранных слов и энциклопедических изданиях 1990-х гг. [7]. Активные языковые изменения, проявляющиеся в конце XX столетия, также служат поводом для лексикографической фиксации, например в «Толковом словаре современного русского языка» под редакцией Г.Н. Складневской [8].

Под *новейшей ксенолексикой* понимаются слова иноязычного происхождения, употребляющиеся в русском языке перестроечного и в большей степени постперестроечного времени, начиная с конца 1980-х – начала 1990-х гг. [9]. Именно этот период в развитии российского общества, обозначенный партийным курсом как «новое мышление», является переломным в плане улучшения отношений с зарубежными государствами; с 1987 г. начинают активно создаваться совместные предприятия с зарубежными компаниями. Конец перестройки, ознаменованный распадом Советского Союза (Беловежское соглашение 1991 г.), послужил началом интенсивных международных и межъязыковых контактов в разных сферах жизнедеятельности

русского общества и явился основной экстралингвистической причиной невиданной доселе активизации процесса лексического заимствования.

Процесс лексического заимствования в русском языке конца XX – начала XXI вв. имеет свои особенности по сравнению с заимствованием в предыдущие периоды развития русского языка: максимально интенсивный характер, появление новых сфер межъязыковой коммуникации, возрастание роли устного пути и непосредственного характера заимствования и др. В связи с этим отличительными чертами новейшей ксенолексики в русском языке на фоне более ранних заимствований являются увеличение процентного состава иноязычной лексики в лексико-семантической системе русского языка, ведущее языковое влияние американского английского языка, тематическое разнообразие (появление новых тематических групп: компьютерной лексики, обозначений новых сфер деятельности человека, профессий), ускорение процесса ассимиляции в системе принимающего языка, повторное заимствование слов и др.

Определим группы новейшей ксенолексики с точки зрения особенностей ее фиксации в справочной лингвистической литературе.

1. Полностью и неполностью адаптированные в русском языке иноязычные наименования, не зафиксированные в нормативных словарях до 1990-х гг. и отмеченные в более поздних изданиях: *андеграунд, астрал, аэробика, байкер, бандана, бартер, билборд, бренд, брифинг, ваучер, видеоплеер, визажист, гербалайф, грант, гриль, дайджест, дилер, имидж, имиджмейкер, караоке, карма, киллер, кластер, клип, кейс, клипмейкер, колли, комикс, киллер, консенсус, конфессия, маркет, маркетинг, менталитет, мультимедиа, ноутбук, ноу-хау, ньюсмейкер, офис, пресс-релиз, полтергейст, провайдер, свингер, синтепон, скинхед, спонсор, триллер, тьютор, фазенда, фитнес, хит, хит-парад, хот-дог, шейпинг, эквалайзер, электорат* и мн. др.

Интенсивными темпами происходит ассимиляция в русском языке бытовой лексики (*блендер, боди, джакузи, йогурт, капри, кетчуп, чипсы* и под.), названий человека по новым профессиям, принадлежности к организациям, группировкам, первоначально возникшим за рубежом, а затем распространившимся в России (*байкер, дилер, киллер, рокер, скинхед*) и др. Данные лексические единицы фиксируются в нормативных словарях иноязычных слов, например в [6, 10]. Приведем некоторые примеры.

Блендер (< англ. *blender* ‘смеситель, миксер’ < *blend* ‘смешивать, изготавливать смесь’) – компактный ручной или электрический миксер, имеющий различные насадки и приспособления для измельчения и нарезки продуктов. «Ручной стальной блендер для нарезки и взбивания» (надпись на ценнике, 2001 г.) [10. С. 52].

Байкер (< англ. *bicker* ‘спорить, ссориться’) – член группировки мотоциклистов, приверженцев экстремального стиля жизни. «Местом проведения фестиваля байкеров стал индустриальный андеграунд – пустырь около города. Здесь каждый хотел показать, на что способен его байк» (ТВ. Томск. Вести губернии, 21.07.2003) [См. также 6. С. 109].

Пазлы (< англ. *puzzle* ‘задача, загадка’) – мозаичные фигурки-фрагменты из картона, которые собираются в цельную картину. «Ну, пазлы предназначены для детских развивающих игр» (реплика продавца книжного магазина, Томск, 2011 г.) [См. также 6. С. 556, 10. С. 187].

2. Иноязычные новации, не нашедшие отражения в лингвистической справочной литературе, в нормативных словарях иноязычных слов (например, в словаре Л.П. Крысина «1000 новых иностранных слов» (2009), его «Толковом словаре иноязычных слов»): *боди, комбидресс, кодер, кунг, лайтбокс, макрофлекс, мультифора, нейминг, пейнтбол, пенофлекс, пикап, тихора, прайс, ризограф, рэп, рэпер, флок, холлофайбер, хедлайнер (хэдлайнер), штендер, шредер* ‘приспособление для уничтожения документов, бумаг’ и др.

«Появление заимствований чаще всего обуславливается межэтническим культурноязыковым взаимодействием ... Зоны межъязыкового и межкультурного сближения этносов с течением времени варьируются, поэтому диахроническое сопоставление пластов заимствований может быть полезным для своеобразного «картографирования» этнического языкового пространства с целью выявления в нем очагов культурноязыковой и социальнополитической иррадиации» [11. С. 131]. Ксенолексемы, не имеющие в языке-реципиенте дублетов, заполняют имеющиеся в культурноязыковом слое принимающего этноса номинативные лакуны. Такими являются:

- обозначения из сферы современных технологий и техники, заимствованных из-за рубежа (*вендинг, гаджет, ламинат, макрофлекс, ротеитор, смартфон* и т. п.).

Вендинг (< англ. vending ‘продажа через торговые автоматы’ < vend ‘торговать, продавать’). Продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем (торговых автоматов); «Почему именно в рабочих местах стоит устанавливать вендинг-машины с едой?» [12]; «Вендинг технологии» (Надпись на кофе-автомате, 2011); *вендинг-автомат, вендинг-бизнес*.

Гаджет (< англ. gadget ‘приспособление, прибор’). Технологическое устройство небольшого размера, выполняющее ограниченный круг задач (специализированное), чаще всего подключаемое по стандартизированному интерфейсу к более сложным устройствам (персональным компьютерам, карманным персональным компьютерам или смартфонам).

Ламинат (< англ. laminate ‘покрывать тонкими пластинками’) – 1) «прозрачная защитная пленка, продлевает срок эксплуатации напечатанного изображения и увеличивает его яркость» [Из разговора с консультантом магазина, 2010 г.]; 2) «многослойный листовый материал, состоящий из двух или более слоев. Широко используется для изготовления пакетов типа "тетра-пак" для молочной продукции, соков, вина и т. д.» [13]; 3) ламинированный паркет: «Сын сделал в своей квартире евроремонт, сам выложил пол ламинатом» (Из разговора женщин в автобусе, 2011 г.).

Холлофайбер (< англ. hollow fiber ‘полое волокно’) – утеплитель и наполнитель на основе 100 % полиэстера полый структуры. Выпускается в виде полотен, плит, пружин, шариков (скрученных волокон). «Подушка с холлофайбером» (Надпись на этикетке, 2011 г.); «Гипоаллергенный наполнитель для подушек, одеял, игрушек» [14].

- наименования, относящиеся к области искусства, в том числе номинации появившихся и развившихся в России последних лет под влиянием западной музыкальной культуры новых музыкальных направлений и сопровождающих их элементов (*арт-рок, бутлег, лип-синк, саунд, саунд-трек* и т. п.).

Арт-рок (< англ. art ‘художественный, изящный’ + rock ‘направление в современной джазовой музыке’) – направление в рок-музыке, для которого характерна виртуозная игра, обилие звукотехники. «А еще Оскар пишет музыку в стиле арт-рок и готовит сейчас собственный сольный проект» [Из разговора студентов, 2007 г.].

Лип-синк (< англ. lip ‘губа’ + sing ‘петь’) – синхронизация губами, мимика под фонограмму, когда артист, шевеля губами, имитирует реальное пение. «Полконцерта прошло вживую, после антракта живой звук сменился на *лип-синк*» (Из разговора после концерта, 2011 г.).

Райдер (< rider ‘дополнение, поправка (к документу)’) – список требований организаторов гастролей. «До недавнего времени я даже и не знал, что такое понятие есть. А тем не менее оно существует и обозначает вот что – *некоторые требования музыкантов, группы, артистов, актёров к выступлению на отдельно взятом концерте*, сюда входит техническое оснащение сцены: колонки, усилители, мониторы, стойки, микрофоны, провода, световое оборудование – различные светомузыки, плазменные панели, видеопушки, зеркальные шары, дымовые завесы, ну естественно – транспортировка к месту концерта, проживание, питание и особые требования. Наши российские звёзды не так уж часто чудят, но, тем не менее, и такое существует. Например, большинство летает первым классом, увы, личных самолётов нет почти ни у кого, однако через простой зал почти никто из звёзд не пройдёт, минимум vip зал, тоже самое касается железнодорожного сообщения, вряд ли тот же М. Галкин поедет в вагоне общего пользования на верхней полке, СВ и только СВ» [15] (Выделено мной – О.Щ.).

Саунд (< англ. sound ‘звук, звучание’) – одна из важных категорий джаза, характеризующая индивидуальное качество звучания инструмента или голоса. Является индивидуализированной формой проявления звукового идеала в джазе [16]. «Бывают такие красивые, звучные, вкусные слова, которые хочется повторять и повторять, хотя слаще и теплее от этого вроде бы не становится. Слово "саунд" (от англ. sound, т.е. звук) – одно из них. Казалось бы, не так уж давно вошло оно в отечественный музтезаурус, а пользуются им часто, многообразно и размашисто» [17].

- номинации из области рекламы (*баннер, джумби, диспенсер, копирайтер, крейтор, лайтбокс, лифлет, мобиль, нейминг, стикер, трим, штендер* и т. д.);

Джумби (< англ. jumbo ‘большой неуклюжий человек, животное или вещь’) – большие макеты продаваемого товара, используемые в целях рекламы. «Это огромные коробки, повторяющие в увеличенном масштабе пачки сигарет или пакеты с соком. Применяются, как правило, в больших магазинах, где их подвешивают под потолок или ставят на полки. Есть варианты джумби в виде гигантских надувных бутылок, которые зрительно доминируют в торговом зале» [18. С. 47]. Джумби являются одним из видов POS-материалов (англ. POS materials, POS= Point of Sales ‘место продажи’). POS-материалы (POSM) – материалы, способствующие продвижению бренда или товара на местах продаж: *бирдекель (костер, бирмат), баркет, вобблер, диспенсер, мобайл, постер, топпер, хард-постер, холдер, чекпоинт, шелфоганайзер (шелфтокер, стоппер, ай-стоппер, шоу-стоппер), шоу-бокс* и др. [19, 20].

Диспенсер (< англ. dispenser ‘ящик или сосуд, содержащий предмет общего пользования’) – 1) подставка под листовки в виде цветного плаката, установленного на прилавке торговой точки, с наклеенными на него кармашками, с рекламным текстом или изображением. «Конструктивно диспенсер – это постер с карманом для выкладки материалов с лицевой стороны и ножкой обеспечивающей устойчивость – с обратной»; 2) устройство для поштучной подачи товара в упаковке. «Диспенсеры для хранения соков, молока, мюсли и т.д. устанавливаются на горизонтальных поверхностях, там, где до них можно легко дотянуться рукой» [21, 22].

Холдер (< англ. holder ‘держатель’ < hold ‘содержать в себе, вмещать’) – вид POS-материалов, предназначенный для держания какой-либо продукции или рекламных материалов. Наша компания изготавливает холдеры из кашированного микрофроекта и просто плотного картона, в зависимости от размера и веса изделия, а также функционального назначения холдера. Холдеры изготавливаются на современном оборудовании, и мы можем гарантировать высокое качество нашей продукции [19]. Англицизм *холдер* часто употребляется в значении, близком к семантике слова *диспенсер*, т. е. является его функциональным эквивалентом. «Диспенсеры и холдеры. Это подставки под листовки разных видов – ведь листовки могут просто лежать стопочкой, а могут быть вложены в кармашек, укрепленный на ярком цветном плакате, наклеенный на картон и установленный на прилавке» [18. С. 47].

Мобайл, мобиль, (< англ. mobile ‘подвижной’ < лат. mobilis ‘скорый, быстрый’) – большое картонное изображение продаваемого товара. «Вид POS материалов – мобайл представляет собой плакат, кашированный с обеих сторон напечатанными офсетом лайнерами. Мобайл, как правило, имеет сложный фигурный контур и крепления для подвешивания к потолку» [23]. «Мобили – это большие картонные конструкции, которые применяются только в супермаркетах. Мобили подвешиваются к потолку над тем местом, где продается данный товар, чтобы покупатель, который хочет купить, допустим, “кока-колу”, не тратил время на блуждание среди полок с водкой» [18. С. 47]; «Мобили, приводимые в движение вручную, обычно не имеют музыкального сопровождения и представляют собой игрушки, подвешенные к крестовине на ленточках или веревках» [24].

Штендер (< нем. Stender ‘подставка; брус, подпорка’) – напольная реклама в виде двух соединенных сверху и расходящихся книзу железных листов с нанесенной на них информацией, идентичной с обеих сторон. «Арочные штендеры слишком малы, но изящны по форме. Классические штендеры обычно прямоугольной формы. Их изготавливают методом аппликации изображения или путем полноцветной печати» [25];

- названия импортных тканей (*баннер, гринсбон, даблфейс, дюветин, стрейч, флок* и др.

Дюветин (< франц. duvete ‘покрытый пушком; пушистый; с подшерстком’ < duvet ‘пух, пушок’) – *текст.* так называемый «фальшивый бархат»; «ткань атласного переплетения из хлопка или вискозы с утолщенными уточными нитями. После крашения ткань начёсывают, и она становится шероховатой» [26]. «Крупные пуговицы-бочонки, большие карманы, удобный покррой ... В таком жакете осенняя меланхолия вам не грозит! Эта модель сшита из очень благородного материала – бархатистого дюветина с матовым блеском» [27].

Стрейч, стреч, стретч (< англ. stretch ‘растягивание; вытягивать, удлинять, тянуть’) – *текст.* 1) женская облегающая одежда (маленькая юбочка или платье) из эластичной синтети-

ческой ткани; 2) эластичный синтетический материал, одежда из которого плотно облегает туловище. «Юбка стрейч» [28]. «Платье из шёлка-стретч» [29].

Флок (< англ. flock ‘пушинка, клочок шерсти; текст. очёски’) – текст. 1) обивочная ткань с ворсистой поверхностью; 2) печать на блестящем шёлке [30]. «Диван обит флоком, это очень современно и практично» (Из разговора в мебельном магазине, 2011 г.); «Печать флок придаёт шёлковой ткани блеск» (Справка швеи, 2011 г.);

- слова других семантических групп (*мультифора, органайзер, спонж, снэк, фаст-фуд* и т. д.).

Мультифора (< лат. multiforis ‘имеющий много отверстий’ < multus ‘многочисленный’ + foris ‘входное отверстие’) – тонкий прозрачный пластиковый пакет для хранения документов, имеющий сбоку отверстия для скоросшивателя. «Положи доклад в мультифору» (Из разговора студентов, Томск, 2011 г.).

Спонж (< англ. sponge ‘губка’) – губка для нанесения пудры. «Что такое спонж и для чего он нужен? – Губка такая мягкая. Обычно для нанесения косметики... очень часто используют для тонального крема, пудры и румян» [31].

Снэк (< англ. snack ‘легкая закуска’) – легкая закуска. «Этим словом обозначают легкую закуску. Она может быть сладкой или соленой, это не имеет значения. Шоколадка, пакетик с орехами, маленькими копчеными колбасками, чипсы или мини-тортик – все это вкусные снеки, так любимые сотрудниками различных учреждений» [32]; «Пирожок слоеный с ветчиной и сыром – снэк» (Надпись на этикетке, 2011 г.).

3. К следующей группе новейшей ксенолексии относятся лексические единицы, отмеченные в лингвистических словарях и справочниках до 1980-х гг., но в иных значениях. В данном случае возможно *вторичное заимствование* – повторное транспонирование иностранной единицы в систему принимающего языка в неизвестном ранее значении (*шредер* ‘офисное оборудование’, *паста* ‘макаронные изделия; итальянское блюдо’, *дюшес, винчестер, перкуссия* – собирательное муз. ‘ударные инструменты’, *блистер* ‘пластиковая полая упаковка в виде пузыря’). В некоторых случаях трудно отграничить вторичное заимствование от развития семантики (переосмысления) ранее заимствованного слова.

Вторичным заимствованием, безусловно, является англицизм *шредер* (англ. to shred ‘кромсать, резать на куски’), известный в русском языке XXI в. как обозначение разновидности офисной техники и имеющий значение ‘приспособление для уничтожения (измельчения на мелкие полоски) документов, бумаг’. Данная номинация сегодня широко употребляется в речи, однако не отмечена в современных словарях (например, в нормативных словарях иноязычных слов Л.П. Крысина [6; 10]). Менее известен широкому кругу носителей русского языка *промышленный шредер*, терминологическое обозначение которого часто заменяется общеупотребительным *измельчитель*: «Промышленные шредеры и измельчители резины, полимеров и прочих материалов ... Дробильное и измельчительное оборудование, шредеры, дробилки» [33]. Ранее слово *шредер* было зафиксировано в Большом толковом словаре Д.Н. Ушакова как сельскохозяйственный термин в значении «машина для измельчения стеблей кукурузы» [12].

Новейшее заимствованное название ткани *дюшес* (< франц. duchesse ‘герцогиня’) – «очень блестящий высококачественный сатин из шелковых или химических волокон» [34] – также является омонимом по отношению к ранее заимствованному из французского языка слову *дюшес* ‘сорт десертных груш с нежной, сочной и сладкой мякотью’ [35. Т. 1. С. 460]. «Дюшес – шелковая одноцветная плотная ткань с гладкой поверхностью, на ощупь плотная. Из натурального шелкового дюшеса шьют дамские платья, синтетическую ткань этого типа используют как подкладочный материал, на подстежки» [36].

Винчестер (< англ. Winchester). В Малом академическом словаре русского языка данное заимствование XIX в. является названием рода охотничьего ружья по имени американского изобретателя А.О. Винчестера [35. Т. 1. С. 177]. В Толковом словаре русского языка конца XX столетия (Языковые изменения) *винчестер* возводится к англ. winchester disk ‘винчестерный диск’ и обозначает ‘внешнее запоминающее устройство компьютера, в котором магнитные диски помещены в герметический кожух’. Компьютерный термин, «вероятно, происходит от места первоначальной разработки – филиала фирмы IBM в городе Винчестере (Великобрита-

ния), где впервые в 1973 году была применена технология создания винчестеров. Первый жесткий диск имел 30 дорожек, разбитых на 30 секторов каждый, поэтому возможно также наименование по аналогии с известной в Америке автоматической винтовкой «винчестер», называемой 30/30» [8. С. 134; ср. 37. С. 74]. Очевидно, что в данном случае мы имеем дело с омонимией как результатом повторного заимствования.

4. Особую группу новейших заимствований составляют лексемы, значительно расширившие сферу и частоту своего функционирования в речи, превратившиеся из единиц ограниченной употребительности в общеупотребительные слова [ср. 38]. К четвертой группе ксенолексики относятся «бывшие» экзотизмы и специальные термины. Причиной такого изменения сферы употребления слов может быть актуализация понятий, появление в жизни россиян новых реалий, до сих пор известных только за рубежом: *кампус, мэр, пицца, продюсер, рэкет, рэп, чизбургер* и т. п. Популярность некоторых областей знаний приводит к тому, что их терминология становится общеизвестной. Такова судьба заимствований из области электронно-вычислительной и радиотехники, из области психологии, медицины и проч.: *имидж, компьютер, принтер, плейер, таймер, тюнер* и др. [2, 39, 40].

Самой распространенной группой слов, изменивших сферу своего применения в сторону расширения и увеличивших частоту употребления, являются заимствования, которые до 80-х гг. XX в. имели узкую сферу применения, поскольку квалифицировались как *экзотизмы*, т. е. использовались для обозначения предметов и явлений нероссийской действительности. В словарях такие ксенолексемы сопровождалась ограничительными пометами: «в зарубежных странах», «в буржуазном обществе», «в капиталистических странах» и под. Ограничение сферы употребления экзотизмов, таким образом, обусловлено, прежде всего, тематикой сообщения; экзотизмы имеют функционально-стилистический статус книжной лексики, т. к. используются в научной, публицистической речи, а также в художественном стиле.

На уровне современного языкового сознания данные лексические единицы являются общеупотребительными, характеризуются частотой и регулярностью функционирования, т. к. называют реалии и явления (предметы вещного мира, новые виды деятельности, должности в государственном устройстве и т. д.), известные сегодня в России и заимствованные вместе с их названиями из зарубежных стран; в словарях такие лексемы уже не сопровождаются ограничительными пометами (*валюта, гамбургер, гангстер, дансинг, диаспора, дивиденд, доллар, колледж, магнат, мафия, мэрия, пицца, продюсер, рэкет, спагетти, уик-энд, хот-дог* и др.).

Иноязычный неологизм *пицца* (итал. *pizza* ‘вид пирога’ < ‘продолговатый сыр’) в 70-е гг. и ранее являлся обозначением распространенного за рубежом итальянского кушанья в виде тонкой лепешки из теста с запеченными на ней под соусом кусочками мяса, грибов, овощей, сыра. К концу XX в. данное заимствование вследствие распространенности обозначаемого предмета на российском рынке стало общеупотребительным: «Кто же попробует опровергнуть тот факт, что пицца на нашем столе – одно из самых излюбленных кушаний? Аппетитная поджаристая лепешка из дрожжевого теста, а прямо на ней – начинка, уложенная слоями: лук, дольки помидоров, кусочки колбасы, ветчины, рыбы, мяса или грибов, зелень, томат-паста и, наконец, расплавленный сыр – разве не соблазнительно?» [8. С. 574]; «Приезжай домой: есть пицца и суп» (Из разговора студентов, 2011 г.).

Расширение сферы употребления и развитие семантики наблюдается у грецизма *аура* (‘*а́ура* ‘дуновение, ветерок’). В середине XX в. он имел ограниченную сферу употребления и обозначал в медицине «при эпилепсии, истерии – симптомы, предшествующие припадку, часто выражающиеся в ощущении ветерка» [41. С. 82]. К 90-м гг. у этого слова наряду с первым значением появилось второе: «согласно оккультным, парапсихологическим представлениям, совокупность энергетических излучений, образующих биополе человека» [42. С. 39]. В дальнейшем заимствование мигрировало в бытовую сферу общения и получило значение ‘атмосфера, обстановка’: «Аура Дома.ру. Сайт о тех вещах, что создают в Вашей квартире атмосферу уюта и комфорта, домашнюю ауру» (2011 г.) [43].

Итак, в понятие новейшей ксенолексики современного русского языка входят слова иноязычного происхождения, зафиксированные в справочной лингвистической литературе после 1990 г. и отсутствующие в более ранних изданиях; иноязычные новации, не отмеченные в

словарях русского языка последних двух десятилетий или функционирующие в качестве омонимов или повторных заимствований по отношению к более ранним, а также заимствования, превратившиеся из экзотизмов в общеупотребительные слова.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Новикова Т.В. Англо-американские заимствования-варваризмы в современном русском языке: 1990-е годы : дис. ... канд. филол. наук. – СПб., 2003. – 191 с.
2. Васильев А.Д., Веренич Т.К. Динамика деэкзотизации заимствований в научно-лингвистическом и обыденном языковом сознании (на материале англицизмов в современном русском языке) : моногр. – Красноярск: Изд-во Краснояр. пед. ун-та, 2005. – 248 с.
3. Шилова Г.Е. Особенности семантики и функционирования иноязычных слов в современной российской публицистике (на материале газет, радио и телевидения): автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж, 2005. – 16 с.
4. Маринова Е.В. Иноязычные слова в русской речи конца XX – начала XXI в.: проблемы освоения и функционирования. – М.: ЭЛПИС, 2008. – 495 с.
5. Калиновская Е.А. Ксенолект как лингвокогнитивный феномен: лексическое измерение: автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Ставрополь, 2011. – 28 с.
6. Крысин Л.П. 1000 новых иностранных слов. – М.: АСТ-ПРЕСС, 2009. – 320 с.
7. Комлев Н.Г. Словарь новых иностранных слов (с переводом, этимологией и толкованием). – М.: МГУ, 1995. – 144 с.
8. Толковый словарь русского языка. Языковые изменения конца XX столетия / под. ред. Г.Н. Скляревской. – М.: АСТ, 2001. – 944 с.
9. Щитов А.Г., Щитова О.Г. Новейшая ксенолексика в речи учителя-словесника // Комплексный подход к подготовке специалиста-исследователя: Тезисы докладов общероссийской конференции. – Томск, 22–27 декабря 1997 г. – Томск: Изд-во Том. пед. ун-та, 1997. – С. 7–8.
10. Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Эксмо, 2010. – 944 с.
11. Немищенко Г.П. Заимствования как проявление культурно-языковых контактов и их функционирование в языке-реципиенте // Встречи этнических культур в зеркале языка (в сопоставительном лингвокультурном аспекте). – М.: Наука, 2002. – С. 121–151.
12. Вендинг в России. 2012. URL: infovending.ru (дата посещения: 22.01.2012).
13. Ламинат // Яндекс. 2001–2012. URL: slovari.yandex.ru/~книги/Реклама_и_полиграфия/Ламинат/ (дата обращения: 22.01.2012).
14. Что такое «Холлофайбер»? // ООО Термопол. 2005–2011. URL: http://hollowfiber.ru/pylevoy_klesch (дата обращения: 22.01.2012).
15. 15 Райдер – что это такое? // LiveInternet. 2009. URL: <http://krugowert.ru/post110691055> (дата обращения: 22.01.2012).
16. Саунд // Большой Энциклопедический словарь. 2000. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/264702> (дата обращения: 22.01.2012).
17. Савицкая Е. Что в саунде тебе моем? // Салон АВ. – 1999. – № 5. – С. 34.
18. Наружная реклама России. – 2010. – № 7. – С. 47.
19. Холдер // БОН ЛЕПРЕКОН Производство POS материалов из картона. 2002. URL: <http://www.print-craft.ru/pos/holder.html> (дата обращения: 22.01.2012).
20. POS материалы // ИПК ИТАР-ТАСС. 2006–2012. URL: <http://www.tasspress.ru/?m1=30&m2=40&m3=40; ru.wikipedia.org/Pos-материалы> (дата обращения: 22.01.2012).
21. Диспенсеры // Реклама в Томске. 2009. URL: <http://tutsk.ru/node/20> (дата обращения: 22.01.2012).
22. Термин «Диспенсер» // HoReCa. 2007–2012. URL: <http://www.catalog.horeca.ru/library/encyclopedia/item/560/> (дата обращения: 22.01.2012).
23. Мобайл // БОН ЛЕПРЕКОН Производство POS материалов из картона. 2002. URL: <http://www.print-craft.ru/pos/mobile.html> (дата обращения: 22.01.2012).

24. Мобиль // Интернет магазин детских игрушек «Жили-были». 2008. URL: jilibili.ru/lib/libkonkurs/mobil/mobile_alex/ (дата обращения: 22.01.2012).
25. Штендеры // Наружная реклама в России. 2008. URL: <http://www.narumedia.ru/encyclopedia/vidynaruzhnoireklamy/shtendery/> (дата обращения: 22.01.2012).
26. Шитьё – моё хобби. – 2009. – № 4. – С. 16.
27. Бурда моден. – 2001. – № 9. – С. 16.
28. Работница. – 2001. – № 10. – С. 20.
29. COSMOPOLITAN. – 2001. – № 12. – С. 20.
30. Лиза. – 1998. – № 40. – С. 4.
31. Решенный вопрос // Ответы@Mail.ru. 1999–2012. URL: <http://otvet.mail.ru/question/37762791/> (дата обращения: 22.01.2012).
32. Снеки // Вендинг в России. 2012. URL: <http://www.infovending.ru/tag/sneki/> (дата обращения: 22.01.2012).
33. Шредеры и измельчители // SHREDDER. 2011. URL: shredder.su (дата обращения: 22.01.2012).
34. Шитьё – моё хобби. – 1992. – № 2. – С. 14.
35. Словарь русского языка: в 4 т. – М.: Русский язык, 1985–1988. – Т. 1. – 696 с.
36. Дюшес // Элитис. Интерьерный бутик. 2011. URL: <http://www.elitis.ru/glossary/125> (дата обращения: 22.01.2012).
37. Черкасова Л.Н., Черкасова М.Н. Современный толковый словарь иностранных слов. Современная лексика. – Ростов н/Д: Феникс, 2000. – 672 с.
38. Захаренко Е.Н., Комарова Л.Н., Нечаева И.В. Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний. – М.: Азбуковник, 2003. – 1556 с.
39. Щитова О.Г. Функционально-стилевая миграция иноязычной лексики в русском языке на рубеже XX и XXI веков // Лингвистические и культурологические традиции образования: Материалы II Междунар. научно-метод. конф. – Томск : Изд-во Том. политех. ун-та, 2002. – С. 299–313.
40. Щитова О.Г. Функционально-стилевая миграция заимствований как один из критериев их ассимиляции в языке-реципиенте // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 294. – С. 102–108.
41. Словарь иностранных слов / гл. ред. Ф. Н. Петров. – М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1964. – 784 с.
42. Бунимович Н.Т., Жаркова Г.Г., Корнилова Т.М. и др. Краткий словарь современных понятий и терминов. 3-е изд., дораб. и доп. / под общ. ред. В.А. Макаренко. – М.: Республика, 2000. – 670 с.
43. Аура дома // Аура дома.ру. 2012. URL: auradoma.ru (дата обращения: 22.01.2012).

Поступила 02.02.2012 г.