

единицы часто используются в качестве оценочных актуализаторов общественно значимых событий, становятся маркерами национальной языковой картины мира, отображают национальный менталитет. На материале лирики поэтов исследуются аксиологические особенности прецедентных феноменов и их текстообразующая роль.

Ключевые слова: прецедентный феномен, национальная языковая картина мира, поэтическая языковая картина мира, художественный образ.

Summary

The article deals with the investigation of functioning precedent phenomena in the poetic texts of Igor Rymaruk and Vasyl Gerasymjuk. Precedent language units are often used as appraisal actualizations of socially important events. They are the markers of national language mapping of the world and the representation of national mentality. It is discovered the axiological peculiarities of precedent phenomena and their role in the construction of text.

Keywords: precedent phenomenon, national language mapping of the world, poetic language mapping of the world, poetic image.

УДК 811.161.2'367

Компанієць І. В.,

викладач,

Харківський національний педагогічний університет

імені Г. С. Сковороди

КОНТЕКСТИ ІМЕНУВАННЯ ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ МОВЛЕННЄВИХ СТРАТЕГІЙ І ТАКТИК

Речення з відношенням номінації відображають ситуацію найменування мовцем реалій дійсності, наприклад: *Хазяїна звати Ларіоном Батюгом* (В. Земляк). Першу спробу виділити й схарактеризувати такі речення було зроблено Н. Д. Арутюною. На думку авторки, уживаючись у текстах різних функціональних типів, вони потрапляють до інтродуктивної їх частини, коли розпочинається предметна тема і вводиться новий персонаж, наприклад: *Були бідний ксьондз та й дяк. Тому ксьондзові було ім'я Сверцок* (Казки Карпат). Місце речень із відношенням іменування в інтродукції до власне оповіді є типовим для фольклорних жанрів: казок, байок і т.ін. Що ж до художніх текстів, то інтродуктивна частина в них, як правило, відсутня [1, 362]. У цьому випадку речення з відношенням номінації, як і речення з відношенням буття, потрапляють до пресуппозиції речень характеристичної, перетворюючись на латентний компонент їх змісту. Так, у реченні характеристичної *Дарка вгледіла її в тролейбусі – дівочій профіль, весь такий скуластий, наче в натурниці Брака <...>* (О. Забужко) імпліцитно присутній зміст "була собі дівчина, яку звали Дарка", що, крім повідомлення про буття предмета, відображає також ситуацію його іменування.

Разом із тим вибірка виявила численні випадки виведення повідомлень про іменування з пресуппозиції висловлень, їхню експлікацію в структурі описаних Н. Д. Арутюною речень із відношенням номінації. Аналіз цих випадків довів, що до експлікації ситуації найменування, її розгорнутого представлення в тексті мовець удається, задовольняючи свої комунікативні наміри й відповідно до

певних прагматичних настанов, що становить окремий предмет мовознавчого аналізу.

Дослідження засвідчило, що якнайкращій реалізації комунікативних намірів і прагматичних настанов сприяє включення речень із відношенням номінації в специфічно організовані контексти. Такі контексти репрезентують широке представлення процесу іменування, яке не тільки відображає сам акт іменування певного предмета, а також подає додаткові відомості про вибір назви, мотивацію вибору цієї назви, ставлення мовця до цього вибору, що позначається на виборі мовцем певних тактик. Вивчення таких контекстів, які в роботі названо контекстами іменування, постає як особливе **завдання** дослідження.

Контексти іменування не ставали раніше об'єктом лінгвістичного опису, тоді як у них знаходять відображення різноманітні стратегії й тактики мовця, що забезпечують успіх мовленнєвої комунікації. Усебічний опис і детальний аналіз цих специфічних контекстів з погляду наявних у них комунікативних стратегій і тактик становить **актуальну задачу** дослідження.

Контексти іменування, що містять речення, у яких автор відповідно до своїх комунікативних завдань експлікує ситуацію іменування, також ніколи не досліджувалися за своїми жанровими ознаками, тоді як їх роль у формуванні текстів, що набувають ознак тих чи інших мовленнєвих жанрів, є очевидною. Такий аналіз становить одну із задач дослідження, у чому й полягає його **новизна**.

Мета цієї розвідки – проаналізувати контексти іменування з погляду реалізації в їх межах різноманітних мовленнєвих стратегій і тактик, що відповідають певним жанровим ознакам мовлення.

Заявлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**: 1) визначити специфічні ознаки контекстів іменування як своєрідно організованих мікротекстів; 2) виявити мовленнєві стратегії, специфічні для контекстів іменування; 3) визначити та проаналізувати тактики, відображені в межах цих контекстів; 4) з'ясувати, яким жанровим ознакам мовлення ці стратегії і тактики відповідають; 5) схарактеризувати засоби вираження контекстів іменування.

Контексти іменування мають ознаки мікротексту, який поряд з іншими висловленнями містить одне або декілька речень, що відображають ситуацію найменування. Прикладом контексту іменування є наступний текст: *Говорили, що є такі камери, які **звуться** “брехалівки”, і в тих камерах люди особливо одчайдушно й безжалісно сміються – з себе самих і з усього. “Брехалівки” ж – то такі камери, куди вкидають тимчасово всіх тих, кого звозять на допити з усіх тюрем Харкова й околиць до цього управління НКВД. **Назеву** “брехалівка” таким камерам **дали** ніби самі слідчі за те, що там, мовляв, в'язні багато брешуть, вигадують тюремні “качки” та “параші” (останнім словом **охрещено** тюремну арештантську агенцію – джерело новин та інформацій, вигодуваних самими в'язнями з нудьги) (І. Багряний).* Крім монологічних, як наведений приклад, існують також діалогічні контексти іменування: – *Послухай, Шморгуновська, а хто тобі таке **ім'я влінув?**.. Я не чув такого... – Імення Лариса чув? Чув! Молодець, значить, ти й справді освічений, ну, а я Клариса, розумієш, Клариса*

(Ю. Збанацький).

У сучасній лінгвістичній науці поняття стратегії та тактики використовуються достатньо широко й активно у зв'язку з аспектом мовленнєвої діяльності. Мовленнєві стратегії та тактики досліджувалися в роботах Ф. С. Бацевича, О. В. Герасименка, О. С. Ісерса, І. В. Труфанової, М. В. Шпільмана [2; 6; 7; 8; 10]. Під мовленнєвою стратегією розуміють оптимальну реалізацію інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації [4, 133]. Стратегія має на меті “відбір фактів та їхню подачу в певному світі з метою впливу на інтелектуальну, вольову, емоційну сферу адресата” [5, 86]. Стратегія полягає в тому, щоб уміти моделювати ситуацію за допомогою доступних засобів й методів з метою досягнення необхідного результату.

Способами здійснення комунікативно-мовленнєвих стратегій є комунікативно-мовленнєва тактика – система комунікативно-мовленнєвих прийомів, лінія поведінки на певному етапі комунікативної взаємодії, спрямованої на одержання бажаного ефекту чи запобігання ефекту небажаного [2, 120–121].

Вихідним у роботі є положення про те, що мовленнєві стратегії та тактики безпосередньо пов'язані з мовленнєвими жанрами, бо, як зазначає Ф. С. Бацевич, “мовленнєвий жанр – типовий спосіб побудови мовлення в конкретній ситуації, призначений для передавання певного змісту; розгорнута мовленнєва побудова, що складається з певної кількості мовленнєвих актів, у яких комунікативний намір кожного мовця підпорядкований його стратегії і тактиці” [3, 27]. Контексти іменування відповідають жанровим ознакам мовлення, визначеним Ф. С. Бацевичем, оскільки це мовлення в конкретній ситуації, коли мовець вдається до ситуації іменування, переслідуючи певну комунікативну мету.

Певний масив контекстів досліджуваного типу пов'язується з реалізацією стратегії подолати конфлікт, що виникає в ситуації найменування певних реалій дійсності, та дійти згоди. Такі конфлікти стають наслідком розбіжностей в інтересах, смаках й уподобаннях комунікантів. Для здійснення стратегії подолання конфлікту мовець вдається до різних тактик:

а) подолання конфлікту смаків через компроміс, наприклад: *А Вальжанна – це хто з таким чудним ім'ям? – Донька. Ім'я <...> – подвійне. Жінка хотіла Жанною назвати, а я Валентиною. Вирішили піти на компроміс* (І. Григурко). Поява нестандартного імені *Вальжанна* є результатом продуктивної творчої діяльності учасників ситуації іменування, відображеної в межах контексту, спрямованої на подолання конфлікту уподобань, коли пропонувані кожної зі сторін імена не задовольняють іншого. Репрезентуючи новостворене нестандартне ім'я, мовець вдається до тактики пояснення, яка реалізується за допомогою такого різновиду мовленнєвих актів, як інформативи.

б) погодження з вибором іншого як результат виходу з конфлікту, наприклад: *<...> Отець Йосип висвятився й перебрав від тестя парафію на Юр'ївщині, а Маргарита породила йому [о. Йосипу – І. Компанієць] першого сина, якого охрестив Отець Порфирій, назвавши на прохання доньки [Маргарити –*

І. Компанієць] **Павлом**. Чому Павлом? – дивувався отець Йосип, якому **хотілося наректи** первістка **Петром** або **Симоном**, до того ж ще з бурсацтва він звик думати, що **Павлами** чи **Павлушками звуться** або недоумки, або одчайдухи – шибеники (Б. Антоненко-Давидович). Конфліктна ситуація вибору імені передається через світогляд одного із її учасників, отця Йосипа. Контекст містить засоби вираження негативної оцінки, а саме негативні оцінні лексеми на позначення імені Павло (*недоумки, одчайдухи-шибеники*), яке отцю Йосипу не подобається. Вибудований автором контекст дозволяє вмотивувати, чому отець Йосип негативно ставиться до цього імені: він пояснює, як сформувалося це його ставлення до імені. Те, що отець Йосип долає конфлікт уподобань, поступаючись власними інтересами й погоджуючись із вибором жінки, є проявом його толерантності.

Стратегія розкриття психологічного стану людини через ставлення до певної назви знаходить вираження в наступному контексті: *Яка чудна і яка чудесна назва – Грайворон. Вона пливла разом із червоними й зеленими колами в його гарячковому мізку, переливаючись усіма тонами спектру, мов якась веселкова симфонія, відсвіт прекрасного дитинства. Назва – як пісня, як мрія, як легенда: “Грайворон”. Ще в дитинстві при цьому слові в Максима завмирала душа. Те слово відкрили десь, як Колюмб Америку, й привезли звідкілясь сусіди, і воно ввійшло в дитячу душу з їхніх оповідань, як загадкове слово. Ті сусіди, “відкривателі світів” – шевці, кравці, бондарі, стельмахи й решітники, – їздили всюди по ярмарках, і особливо часто – в Грайворон. Всі їздили в Грайворон, а тоді довго говорили про нього. І Максим заздрив їм, слухаючи їхні оповідання про захоплючі, хвилюючі подорожі по їхній сонячній, прекрасній, загадковій землі – десь у якийсь казковий, химерний, мелодійний, гармонійний город-царгород, Грайворон... (І. Багрянний). У цьому контексті географічна назва (Грайворон) стає для мовця втіленням загадкового світу, для характеристики якого залучаються мовні тропи: лексеми-синоніми (*казковий, химерний, мелодійний, гармонійний*). Мовець удається до тактики протиставлення цього казкового світу буденності життя. Образ минулого, відтворений у контексті через спогади, пов’язані з назвою, також сприяє розкриттю психології героя.*

Мовець може використовувати контекст іменування також із метою посилити свої позиції в спілкуванні з адресатом мовлення, наприклад: *От давали б мені в обмін на Прищепу найкращі в світі прізвища, такі, що звучать чи сурмою, чи барабаном, чи громом, і не взяв би. Називайте* Македонським, Наполеоном, маршалом Жуковим, а я не хочу! *Називайте* Султанмуратом (був у розвідці нашої дивізії такий одчайдух – зірвіголова, що ніколи без живого “язика” не повертався з ворожого тилу – руками й ногами домагатимусь, щоб **не називали** (Є. Гуцало). Цей контекст дозволяє характеризувати мовця як особистість, що пишається своїм родом й використовує це для того, щоб вплинути на слухача, викликавши в нього також поважне ставлення до себе, що може стати надалі запорукою його успіху в комунікації. Його мовленнєва тактика спирається на протиставлення “своє – чуже”. Він відмовляється від прізвищ

славетних, але чужих для нього людей на користь хай непоказного й немилозвучного, але свого власного прізвища. Мовець також відмовляється від прізвища свого бойового товариша на користь власного прізвища, хоча ця людина є для нього взірцем поведінки. При згадуванні різних чужих імен він вдається до прийому градації: від славетних, але далеких від нього прізвищ до прізвища близької йому людини. Спосіб звернення до такої мовної фігури, як градація, дозволяє увиразнити контекст іменування. Крім того, увесь контекст оформлений як директивний мовленнєвий акт, однак ця директивність є удаваною, а отже певною мовною грою, що використовується мовцем для підсилення й увиразнення своєї позиції – особливого ставлення до свого прізвища, дозволяє запевнити адресата в тому, що власне прізвище є для нього надзвичайно значущим, хоча є непоказним. Через тактику демонстрації мовцем поважного ставлення до свого прізвища, а отже, і до свого роду мовець реалізує певну стратегію: викликати шанобливе ставлення слухача до себе. Ця стратегія відображає бажання мовця максимально збільшити в очах співрозмовника свою значущість, подати свій образ у привабливому для нього світлі.

Контексти іменування можуть вибудовуватися мовцем з метою викликати в адресата шанобливе ставлення не тільки до себе, а також до своєї малої Батьківщини, до рідного краю, наприклад: *Червоний Донець – селище міського типу Балаклійського району. Виникло в зв'язку з відкриттям і розробкою запасів природного газу. Селище **дістало назву** від хутора, закладеного в 1923 році. Спочатку його **називали** Новотроїцьким, потім за його місцем на березі р. Сіверського Донця **перейменували** на Донець, а далі – на Червоний Донець.* (А. Перепеча, А. Ярещенко). У цьому контексті автор, який є науковцем, спираючись на спеціальні методи досліджень, визначає походження складної географічної назви. Ознайомлюючи адресата з історією селища, він спирається на певні факти та аргументовано пояснює, як змінювалася назва селища за різних часів. Автор прагне довести до відома адресата важливу інформацію про назви селища, задовольняючи свій науковий інтерес та допитливість читача. З метою інформування він уживає репрезентативи (інформативи). Удаючись до тактики інформування – наведення вагомих даних і фактів, автор намагається викликати в адресата почуття любові та шани до рідного краю, що й стає його стратегією.

Із метою вираження певної стратегії в контексті іменування мовець може вдаватися до екскурсів в історичне минуле, наприклад: *Які ж імена, які прізвища стоять у тім першій списку мого народу? Від занять батьківських, від походження, від норову й заслуг, майже немає прізвищ, що вказують на володіння місцевістю чи бодай сяке-таке закорінення, на тимчасову сталість. Були шевці й шевченки, гончарі й гончаренки, мельники й мельниченки, теслі й тесленки, стельмахи й стельмашенки, кравці й кравченки, ткачі й ткаченки, шаповали й шаповаленки. Були від Адама і Єви – так і **звалися**: Адаменки, Євенки. Одні були бажані, другі жадані – то й **звалися**: Бажан, Жадан* (П. Загребельний). Тут автор контексту звертається до найдавніших імен,

наводить ряди прізвищ свого народу, відшукує підстави для виникнення цих прізвищ. Він зазначає, що прізвища відображають особливості менталітету українського народу: працьовитість, здатність до різних занять, майстерність. Таким чином, мовець через тактику аналізу прізвищ виражає своє позитивне ставлення до українського народу як до народу працьовитого, здібного, талановитого. Для втілення цієї тактики використовуються репрезентативи, а саме інформативи, за допомогою яких мовець має на меті реалізувати певну стратегію: викликати у адресата почуття патріотизму.

Серед контекстів досліджуваного типу трапляються такі, стратегією яких є бажання мовця задовольнити свій пізнавальний інтерес, наприклад: *Ти знаєш, що мені спало на думку? – Що? – Село наше **зветься** Юрківкою через те... Ну, бо від юрського періоду. – Ти, Митю, мабуть, уже зовсім здурів. Завчився. – Точно-точно, якийсь зв'язок тут є. – І хто ж, по-твоєму, так його назвав? – Люди, які раніше тут жили. – Коли раніше, в юрському періоді? Тут самі ящери тоді жили. Мабуть, ящери його так і назвали, правда? Хай, думають, раз ми живемо в юрському періоді, то й село, що тут буде, **зватиметься** Юрківкою. Приїде колись сюди Митько, нас добрим словом згадає. Так? – Смійся, смійся... – Та ти не переживай, Митю, – заспокоїв я його. – Ти знаєш, що я придумав? **Назвати** оцього от, – показав на озеро, – котрий отут живе, Митькозавром. На твою честь. – От здорово! – зашарівсь Митько. Але тут же запитав: – А чому саме на мою? Адже ми з тобою разом гм... працюємо. – Але ж головний у нашій експедиції ти. – Е ні, я не згоден. Хай буде... Хай буде, скажімо, Митькозавр Стеценка. А й справді. Диви, як добре – Митькозавр Стеценка із Юрківки (Я. Стельмах). Особливістю контексту є те, що мовець використовує тлумачення топографічної назви як тло для створення нової назви. Хлопчики, учасники подій, відображених у контексті, відштовхуються від наївного тлумачення назви села, у якому проживають, для пошуку підстав для назви невідомої істоти, що живе в озері біля їхнього села.*

Із метою створення назви хлопчики вдаються до тактики “мовної гри” – “свідомого і цілеспрямованого маніпулювання експресивними ресурсами мовлення, зумовленого настановою на реалізацію комічного ефекту” [9, 170]. Мовна гра має соціальний аспект реалізації, який полягає в тому, що гра допомагає людині пізнати реальність. Мовна гра сприяє активізації творчого потенціалу людини, змушує її перевтілюватися, входити в новий образ, перебувати в постійному пошуку й послуговуватися належними мовними засобами. Так, результатом такої гри в контексті стає назва – *Митькозавр Стеценка із Юрківки*. Створюючи цю назву, мовці вдаються до прийому градації. Комічність назви підкреслюється поєднанням власне українського прізвища Стеценко з новотвором *Митькозавр*. Характерним для назви є те, що вона залишається зрозумілою тільки в контексті, у межах якого виникає.

Наведений аналіз контекстів іменування засвідчив, що вони слугують для реалізації різноманітних стратегій мовця. При цьому контексти демонструють певні тактики, які так чи інакше пов'язані з мотивацією вибору назви, її

тлумаченням, ставленням мовця до неї. Засобами увиразнення цих контекстів стають мовні фігури та тропи.

Перспективним видається детальний аналіз жанрових особливостей контекстів іменування, оскільки різні стратегії й тактики, відображені в них, відповідають певним жанровим ознакам мовлення.

Література

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл : логико-семантические проблемы / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1976. – 383 с.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
3. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної генології : [навч. посібн.] / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2006. – 248 с.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : [підручник] / Ф. С. Бацевич. – К. : Академія, 2009. – 376 с.
5. Борисова И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа / И. Н. Борисова // Жанры речи : [сб. науч. ст.]. – Саратов, 1999. – С. 79–94.
6. Герасименко О. В. Дискурсивні стратегії і тактики подолання комунікативних порушень (на матеріалі французьких літературних текстів постмодерну) : дис. ... к. філол. н. : 10.02.05 “Романські мови” / О. В. Герасименко. – Запоріжжя, 2008 – 209 с.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – Омск, 1999. – 284 с.
8. Труфанова И. В. О разграничении понятий : речевой акт, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика / И. В. Труфанова // Филологические науки. – 2001. – № 3. – С. 56–65.
9. Цикушева И. В. Феномен языковой игры как объект лингвистического исследования / И. В. Цикушева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена : общественные и гуманитарные науки. – СПб, 2009. – № 12. – С. 169–171.
10. Шпильман М. В. Коммуникативная стратегия “речевая маска” (на материале произведений А. и Б. Стругацких) : дисс. ... к. филол. н. : 10.02.01 “Русский язык” / М. В. Шпильман. – Новосибирск, 2006. – 229 с.

Анотація

У статті підтверджено вихідну гіпотезу про можливість відображення в контекстах іменування різноманітних стратегій і тактик, що відповідають певним жанровим ознакам мовлення. Продемонстровано різні тактики, які так чи інакше пов'язані з мотивацією вибору імені, ставленням мовця до нього та його тлумаченням, уживанням відповідних предикатних лексем, що відображають ситуацію найменування. Під час аналізу було виявлено різні засоби увиразнення цих контекстів.

Ключові слова: контексти іменування, мовленнєвий жанр, мовленнєва стратегія, мовленнєва тактика, градація, мовні тропи.

Аннотация

В статье подтверждена исходная гипотеза про возможность отображения в контекстах именованя разнообразных стратегий и тактик, которые соответствуют жанровым признакам речи. Продемонстрированы разные тактики, которые так или иначе связаны с мотивацией выбора имени, отношением говорящего к выбору названия и его толкованием, употреблением соответствующих предикатных лексем, которые отображают ситуацию именованя. При анализе было выявлено разные средства выразительности этих контекстов.

Ключевые слова: контексты именованя, речевой жанр, речевая стратегия, речевая тактика, градация, тропы речи.

Summary

The given statement that different strategies and tactics presented in the contexts of nomination correspond to particular genre features of speech is proved in the article. Different tactics which are connected with motivation of nomination, attitude of the speaker to choice of the name, interpretation of the name, usage of specific predicate lexemes in the situation of nomination are demonstrated there. During the analysis the means of expression of these contexts are distinguished.

Keywords: contexts of nomination, speech genres, speech strategy, speech tactics, gradation, language tropes.

УДК 811.161.2'373.45

Слобода Н. В.,
кандидат філологічних наук,
ДВНЗ “Національний гірничий університет”
(Дніпропетровськ)

ФУНКЦІОНАЛЬНІ ТИПИ ГРАФІЧНО НЕАДАПТОВАНИХ АНГЛІЦИЗМІВ У НАЗВАХ І РЕКЛАМІ УКРАЇНСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Сучасна українська мова унаслідок глобалізаційних процесів перебуває під активним впливом англійської. Лексичний фонд мови продовжує поповнюватися англійськими запозиченнями, що фіксуються на рівні словотворення та формування словосполучень. Особливо помітне вживання англіцизмів у сфері товарів та послуг, де за рахунок слідування такій “мовній моді” досягається прагматичний вплив на споживача. Поширення запозичень з англійської мови в українських мас-медіа, рекламі, назвах торговельно-розважальних організацій набуває надзвичайних масштабів.

Таке розповсюдження англійської лексики в українській мові не могло не привернути увагу лінгвістів. Це мовне явище аналізується в багатьох аспектах, серед яких чинники англійських запозичень (Л. М. Архипенко, О. Лапінська), етимологія (Н. В. Волошина, М. Ярошенко, Л. Гудзь), особливості фонетичної та семантичної асиміляції (Т. О. Лелека, Л. Ф. Чернікова, Т. І. Смілик), лексико-семантичні групи (О. Дьолог, І. О. Коробова, О. Лапінська, В. П. Сніцар), словотвірна структура (Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк) тощо. Розглядається функціонування англіцизмів у молодіжному жаргоні (Л. Ф. Чернікова, Т. І. Смілик), сленгу (К. Левченко).

Будучи активно вживаними в українській мові, з часом англіцизми повинні адаптуватися до норм вимови, написання, граматики. Проте, якщо одні з них (пов'язані з актуальністю й поширеністю відповідних реалій в українській дійсності) вже частково інтегрувалися українською мовою, то інші й на сьогодні пишуться латиницею, і група графічно неадаптованих англіцизмів продовжує поповнюватися. Однак такі компоненти здебільшого не розглядаються дослідниками як одиниці української мови. Зокрема, Є. А. Карпіловська відрізняє їх від неозапозичень, кваліфікуючи як іншомовні вкраплення чи варваризми, тобто іншомовні слова, вживані у звуковій та графічній формі мови-джерела без адаптування до системи української мови, зокрема у випадку свідомої заміни