

Деривационный потенциал некоторых неологизмов в современном русском языке

Džeko, Anja

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:695310>

Rights / Prava: [In copyright](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2021-06-19**



Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za istočnoslavenske jezike i književnosti
Katedra za ruski jezik

Деривационный потенциал некоторых неологизмов в современном русском языке
(završni rad)

Studentica: Anja Džeko
Mentorica: dr. sc. Anita Hrnjak, viši lektor

Zagreb, 28. kolovoza, 2020.

Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
Odsjek za istočnoslavenske jezike i književnosti
Katedra za ruski jezik

Derivation Potential of Some Neologisms in Modern Russian Language
(završni rad)

Studentica: Anja Džeko
Mentorica: dr. sc. Anita Hrnjak, viši lektor

Zagreb, 28. kolovoza, 2020.

Содержание

1. Введение	4
2. Деривационный потенциал неологизмов в современном русском языке	5
2.1. Дефиниции понятия <i>неологизм</i>	5
2.1.1. Объективизация параметров, определяющих термин <i>неологизм</i>	5
2.2. Классификация неологизмов.....	7
2.2.1. Классификация неологизмов по способу образования.....	7
2.3. Деривация и словообразование	8
2.3.1. Деривационный потенциал и словообразовательные возможности слова.....	9
2.3.2. Способы словообразования и типы деривационных отношений.....	10
2.4. Анализ опроса	11
2.4.1. Неологизмы в опросе	13
2.4.2. Результаты опроса.....	14
2.4.3. Словообразовательная парадигма	16
2.4.4. Способы и средства словообразования производных слов	17
2.4.5. Словообразовательный тип	21
3. Заключение	23
4. Список литературы.....	25

1. Введение

Как нам уже известно, язык и культуру, т.е. общество нельзя разделять друг от друга. О том, в какой степени язык и культура связаны друг с другом говорит лингвистам принятая гипотеза Сапира-Уорфа¹, согласно которой реальный мир строится именно на основе языковых договоров каждой отдельно взятой общественной группы. Таким способом язык может контролировать поведение людей и формировать общественную идентичность. Процесс влияния идет и в обратную сторону; общество в определённой мере контролирует язык, т.е. его значимость, мощь и развитие в разных контекстах. Итак, рука об руку с развитием общества идёт развитие языка. Когда речь идёт о развитии языка, в первую очередь имеем в виду его расширение на лексическом уровне. Через годы на русский язык влияли многие иностранные языки, а русское общество в течение этого времени по-разному относилось к этим влияниям. Мы находимся в эпохе больших и значительных изменений в языке как следствие глобализации и большого уровня общественной свободы и свободы выражения. Надо подчеркнуть и значимость быстрого развития новых технологий, при чем главную роль играют средства массовой информации, с помощью которых языки всего мира сталкиваются и влияют друг на друга более чем когда-либо в прошлом. Одним из главных языковых изменений XXI в. является так называемый «неологический взрыв», как его называет Т. В. Попова (2005: 2). В этой работе речь пойдёт именно о неологизмах, о процессах и способах их входа в язык и об их развитии в зависимости от степени их освоенности носителями русского языка. Исследование осуществляется с применением как описательного, так и аналитического методов. Основой для анализа будет опрос, который должен нам показать деривационный потенциал, т.е. словообразовательные возможности некоторых новых слов в современном русском языке. Опрос проведён среди носителей русского языка различного возраста и степени образования. На основе названного опроса посмотрим, какие слова и словосочетания являются наиболее принятыми носителями русского языка. К тому же, проверим не только их производственный потенциал, а и способы образования новых производных слов. Кроме того, попытаемся узнать, почему некоторые слова пользуются большей популярностью, чем другие и как это влияет на их словообразовательный потенциал.

¹ см. Kay, Kempton 1984: 65-79

2. Деривационный потенциал неологизмов в современном русском языке

2.1. Дефиниции понятия *неологизм*

Прежде всего, мы должны определить основной термин, которым будем пользоваться в анализе. Стоит начать с понятия *неологизм*. Хотя этот термин и не нов, нет у него однозначного определения. Однако, большинство лингвистов включает хронологический критерий. По мнению Е. В. Сенько, общим для всех инноваций является своеобразная маркированность временем, которая влечет за собой известную необычность, свежесть на фоне привычных языковых форм, малоизвестность (или неизвестность) в широком употреблении (Сенько 1994 цит. по Попова 2005: 4-5). Критики такого определения понятия *неологизм* свои аргументы основывают на факте, что фактор новизны является слишком субъективным и не может мериться. Из многих попыток объективизировать критерий новизны получилось не многое. Однако, лингвисты согласились с Н. З. Котеловой, которая подчеркнула, что критерий новизны представляет собой характеризующий, но не определяющий признак неологизма (Котелова 1978 цит. по Попова 2005: 8). На Западе зафиксировался лексикографический подход к неологизмам. Согласно этой теории, неологизмами являются только те слова, которые не отмечены в словарях. Одной из самых распространенных теорий неологизма является так называемая денотативная теория. Согласно этой теории, неологизм – это слово, обозначающее новое явление (денотат, реалию) или понятие (там же: 9). Такое понимание неологизма весьма узкое. Оно не учитывает те случаи, когда словарный состав языка меняется на уровне сфер его употребления, т. е. когда слово или выражение переходит из одной сферы употребления в другую, при чем меняются его стилистические признаки, а нередко и самое значение. Кроме того, в данную дефиницию неологизма не входят даже новые слова, которые появляются в языке как результат пуристических стремлений.

2.1.1. Объективизация параметров, определяющих термин *неологизм*

Дефиницию неологизма, с которой согласен и автор этой работы дала нам, уже упомянутая выше Н. З. Котелова. По ее мнению, чтобы уточнить и объективизировать значение понятия *неологизм* нам нужны конкретизаторы. «Первый и основной

определитель — это конкретизация по параметру «время». Неологизмы — новые слова какого-либо периода по отношению к какому-нибудь из предшествующих периодов, т. е. такие слова какого-либо периода, которых не было в предшествующий период» (Котелова 2015: 189). Более точным определением отдельных периодов, время как категория в определении элемента новизны в большой мере объективизируется и что еще более важно, оно может легче мериться. Как второй конкретизатор Котелова приводит параметр «языкового пространства» (там же: 190). Этот параметр охватывает процессы перехода слов и выражений из одной сферы языкового употребления в другую. По категоризации Котелевой, языковым пространством могут быть языки вообще, данный национальный язык, литературный язык и данный подъязык.

«Если мы корректно, в соответствии с первым конкретизатором, зададим значение первого (временного) параметра, например будем говорить о словах 60-х годов, новых по отношению к непосредственно предшествующему ему периоду, имеющему нижней границей 1917 год, то такие слова, как *верховик*, *запуржить*, будут новыми (на вопрос «где?» отвечаем: в литературном языке), и мы поместим их в словарь новых слов. Если же на вопрос «где?» мы отвечаем: в русском языке вообще (т. е. включая, в частности, диалекты), то это слово не будет новым.» (там же).

Здесь Котелова обращает наше внимание на еще один аспект «пространственной» конкретизации неологизмов. Слово может быть либо новым в языке как системе либо новым в речи. «Эти разряды иногда обозначаются разными терминами: в языке — новые слова, в речи (или и в языке и в речи) — неологизмы.» (там же: 191). Третий конкретизатор относится к элементу новизны на уровне языковой единицы. На этой основе определяем тип неологизма, в зависимости от того, обладает ли он новым значением, новой формой или и значением и формой вместе (там же). Итак, приняв во внимание все названные критерии для определения неологизмов, Котелова дает нам дефиницию этого понятия. «Лексические новшества с учетом рассмотренных выше уточнений — это слова, значения слов, идиомы, узуально существующие в определенный период в определенном языке, подъязыке, языковой сфере и т. д. и не существовавшие в определенным образом ограниченный предшествующий период в том же языке, подъязыке, языковой сфере и т. д.» (там же: 196). Такое определение мы взяли как основу для определения, выбора и, в конце, анализа неологизмов из уже упомянутого выше опроса.

2.2. Классификация неологизмов

Причины появления неологизмов могут быть разными. По мнению Поповой, это, прежде всего, полное отсутствие названия для нового явления, предмета или процесса; стремление избежать тавтологии – нежелание повторения одного и того же обозначения в тексте (Попова 2005: 27). Следовательно, неологизмы можем разделить в зависимости от нескольких критериев. Для целей нашего исследования упомянем только некоторые из них, а потом попытаемся более подробно обсудить классификацию, которая послужит нам основой для анализа результатов опроса. Т. В. Попова делит неологизмы по виду языковой единицы. Согласно этой классификации неологизмы делим на неолексемы, неофраземы и неосемемы (там же: 30). Неолексемы охватывают большинство неологизмов, так как в эту группу входят не только заимствования из других языков, а и неологизмы, являющиеся результатом различных процессов словообразования (там же). В предстоящем анализе опроса увидим, что все выбранные нам неологизмы принадлежат именно группе неолексемов. Неофраземы или, как их называют некоторые лингвисты, неофразеологизмы, как видим из самого названия, охватывают новые фразеологизмы и устойчивые словосочетания (там же). Последней категорией неологизмов по виду языковой единицы являются неосемемы, представляющие собой новые значения старых слов и фразеологизмов. «По данным Н.З. Котеловой, новые слова составляют примерно 90,7% русских лексических инноваций, неофраземы – 1,2 %, неосемемы – 8% новых единиц, вошедших в словарь „Новые слова и значения“.» (там же: 31).

Неологизмы разделяем и по степени новизны языковой единицы. Эта категория определяется по соотношению неологизма с системой языка, а некоторые лингвисты предлагают и определение данной категории в результате сопоставления неологизмов с господствующим языковым стандартом².

2.2.1. Классификация неологизмов по способу образования

Самой интересной, а в том числе и самой важной классификацией для нашего исследования, является классификация неологизмов по способу образования. Это, на самом деле, и наиболее распространенная классификация неологизмов вообще. Большинство русских лингвистов согласны, что по способу образования неологизмы делим на заимствованные, словообразовательные и семантические неологизмы (Попова

² См. Т. В. Попова, 2005: 31-34.

2005: 35). Некоторые лингвисты по-другому называют эти категории и тогда говорим о языковых, лексических и семантических неологизмах (Воронцова 2016). Воронцова, при том, подчеркивает, что основным способом образования языковых неологизмов является заимствование, так что мы бы могли сказать, что эта категория совпадает с уже упомянутой выше категорией заимствованных неологизмов. Категория словообразовательных неологизмов совпадает с категорией лексических неологизмов, так как основным способом появления этих неологизмов является образование новых слов из существующих в языке морфем по известным (обычно продуктивным) моделям, то есть по образцу уже существующих в языке слов. Такой способ словообразования называется еще и словообразовательной деривацией (там же). Согласно такому определению данной категории, к словообразовательным неологизмам относим аббревиатуры (*ИНН, МЧС, АО* и т. п.), сложные слова: (*шоу-бизнес, пиар-кампания, интернет-сервис* и т. п.) и простые производные слова (*антиреклама, антирыночный, антиноменклатурный* и т. п.) (Попова 2005: 35). Категория семантических неологизмов охватывает старые слова и фразеологизмы, у которых появились новые значения (там же: 36). Они образуются на основе внутрисловной семантической деривации. Все эти категории охвачены группой общеязыковых неологизмов. В отличие от них, неологизмы могут быть и авторскими или, как их еще называют некоторые лингвисты, индивидуально-стилистическими. Их, чаще всего, создают писатели и поэты с определенной художественной целью (Воронцова 2016). Большинство неологизмов, выбранных в целях проведения опроса принадлежат группе заимствованных неологизмов, так как они составляют самую большую часть неологизмов современного русского языка вообще.

2.3. Деривация и словообразование

Поскольку в этой работе исследуем деривационный потенциал неологизмов, мы должны определить что такое деривация и словообразование. На основе этих понятий, мы познакомимся с терминами деривационный потенциал, словообразовательные отношения, словообразовательный тип, словообразовательная парадигма и т. д. В Лингвистическом энциклопедическом словаре (<http://tapemark.narod.ru/les/>) можно узнать, что деривация – это процесс создания одних языковых единиц (дериватов) на базе других, принимаемых за исходные, в простейшем случае – путем «расширения» корня за счет аффиксации или словосложения, в связи с чем дериват приравнивается

иногда к словопроизводству или даже словообразованию. Деривация играет важную роль в современной лингвистике, поскольку она охватывает словообразовательные процессы, являющиеся главным способом языкового развития. В процессе словообразования разделяем производное и производящее слова, при чем производное является результатом словообразовательного процесса, а производящее его источником. Показатель, которым производное слово отличается от производящего, называется формантом или дериватором (СРЯ³, 2001: 352). Эти понятия помогут нам в анализе деривационных процессов на основе выбранных неологизмов в опросе. Вдобавок, в анализе попытаемся найти информацию о том, какие новые семантические признаки могут реализоваться в производном слове. Кроме того, на формальном уровне найдем те словообразовательные средства, с помощью которых реализуются деривационные процессы. Следовательно, все эти информации помогут нам установить некоторые правила словообразовательных процессов в современном русском языке.

2.3.1. Деривационный потенциал и словообразовательные возможности слова

Оба эти термина составляют важную часть в нашем исследовании. Однако, не все исследователи согласны в их определении. Поэтому в этой работе обратим внимание на выбранные определения данных терминов, пользующиеся большей популярностью и авторитетом. Итак, под деривационным потенциалом слова некоторые лингвисты имеют в виду способности последнего к образованию других единиц (Викторова 2017: 22). Важно здесь подчеркнуть, что способность слова к образованию новых единиц подразумевает также реализованные, как и его нереализованные возможности (там же). Из того следует, что каждое слово обладает способностями создавать новые слова, которые при соответствующих обстоятельствах могут быть реализованными (там же: 23). В практике реализация словообразовательных возможностей определенного слова часто ограничивается различными языковыми и неязыковыми обстоятельствами. С другой стороны, деривационный потенциал определяется также как совокупность исключительно реализованных возможностей данного слова (там же: 25). Из того следует, что у нас возникают два различных понятия: *деривационный потенциал* и *реализованный деривационный потенциал* (там же: 26). Чтобы как можно точнее определить словообразовательный потенциал неологизмов в современном русском

³ Современный русский язык

языке, в анализе результатов опроса попытаемся уточнить правильности на формальном и семантическом уровнях производных и производящих. Ожидаем, что эти правильности будут воплощены в составе словообразовательных парадигм, о чем речь пойдет позже в работе.

2.3.2. Способы словообразования и типы деривационных отношений

Авторы книги *Современный русский язык* разделяют четыре основных способа словообразования: морфологический способ, субстантивация, сращение и аббревиация (там же: 353-354). Важно подчеркнуть, что данная классификация построена только на формальных основаниях отношений между производным и производящим словами. Семантический критерий здесь не играет никакой роли. Для целей нашего исследования в этой работе более подробно определим только морфологический способ словообразования и сращение, так как именно этими двумя способами пользовались опрошенные при заполнении опроса. Когда речь идет о морфологическом способе словообразования, оно реализуется в отношениях между двумя словами, а основным его средством являются аффиксы. В зависимости от того, какой именно аффикс является дериватором, внутри морфологического способа словообразования выделяются суффиксация, префиксация и префиксация в сочетании с суффиксацией (там же: 353). При сращении, с другой стороны, имеем в виду отношения между словом и словосочетанием, при чем происходит стяжение словосочетания в одно слово (там же: 354). В практике часто происходит комбинация обоих способов словообразования.

2.3.2.1. Словообразовательный тип

Словообразовательный тип – это такое отношение между производным и производящим, при котором для любых двух пар слов наблюдаем совпадение на уровне частеречной принадлежности, формальных и семантических различий также производящих, как и производных (там же: 355). Количество пар в пределах одного словообразовательного типа может быть от одного до нескольких тысяч. При этом, многочисленные типы считаются регулярными, а малочисленные нерегулярными. Существуют также типы, по которым новые слова вообще не образуются, и их считаем непродуктивными (там же: 356). Поскольку иногда семантические различия членов пар не полностью совпадают друг с другом, в тех случаях, когда полное совпадение семантических различий

осуществляется, мы говорим о семантических образцах внутри словообразовательных типов (там же). Следовательно, один словообразовательный тип можем разделить на несколько словообразовательных образцов. Последний термин, который будет нам нужен в анализе данных опроса – словообразовательная парадигма, которую определяем как совокупность производных, имеющих одно и то же производящее (там же: 360). В анализе увидим, что некоторые неологизмы образуют относительно большие словообразовательные парадигмы, что свидетельствует о высокой степени освоенности данного слова носителями языка. Словообразовательные парадигмы делим на две основные группы: конкретные и типовые парадигмы. Конкретная словообразовательная парадигма включает набор производных одного слова, находящихся на одной и той же ступени деривации (Викторова 2017: 23-24). Типовую парадигму формируют конкретные парадигмы, в которых представлен один и тот же набор деривационных значений (Токмеджи: 1). Другими словами, в отличие от конкретной парадигмы, типовую парадигму понимаем лишь как теоретический конструкт, создаваемый на основе анализа результатов эмпирического исследования (Викторова 2017: 24). В анализе, который следует, посмотрим, как выглядят как конкретная, так и типовая парадигмы полученных производных и утвердим, о чем это на самом деле свидетельствует.

2.4. Анализ опроса

Как мы уже сказали, исследование осуществляется с применением не только описательного, а также аналитического методов. Для целей этого исследования мы провели короткий опрос среди носителей русского языка под названием *Новые слова в русском языке*. Опрос состоит из двух частей. Данные из первой части можно посмотреть в следующей таблице.

Возраст	...-18	6 (3,1%)
	18-30	56 (28,7%)
	30-50	100 (51,3%)
	50-...	33 (16,9%)
Пол	Женский	157 (80,5%)
	Мужской	38 (19,5%)

Уровень образования	Начальное образование	0
	Среднее образование	26 (13,3%)
	Высшее образование	144 (73,8%)
	Послевузовское образование	25 (12,8%)

Область деятельности	Гуманитарные науки	93 (47,7%)
	Социальные науки	21 (10,8%)
	Технонауки	23 (11,8%)
	Естествознание	10 (5,1%)
	Остальное	48 (24,6%)

Знание иностранных языков	Английский	153 (77,9%)
	Хорватский	60 (30,7%)
	Немецкий	28 (14,3%)
	Французский	26 (13,3%)
	Испанский	13 (6,7%)
	Никакой	7 (3,6%)

Таблица 1

В первой части опроса нас интересовали возраст и пол опрошенных, уровень их образования, область их рабочей деятельности и информация о том, знают ли они любой иностранный язык и какой. Для нас эта последняя информация была интересной, так как большинство выбранных неологизмов является заимствованиями из других языков, в большинстве случаев из английского. Опрос прошло 195 людей разного возраста, уровня образования и области деятельности. Большинство опрошенных, точнее 157 (80,5%) женщины. Мужчин лишь 19,5%. Что касается возраста, более половины (51,3%) опрошенных принадлежит группе людей в возрасте от 30-50 лет. Из группы людей младшего поколения опрос прошло лишь 62 человека (31,8%). Остальные опрошенные, их 33, составляют группу людей старше 50 лет. Важной для анализа является информация об уровне образования опрошенных. Большинство опрошенных, точнее 73,8%, сказала, что у них высшее образование. Можно предположить, что у этих людей достаточно широкий лексический запас и что это им поможет в понимании и знакомстве с приведенными в опросе неологизмами. В анализе, который следует, узнаем правда ли

это или нет. Когда речь идет о знании иностранных языков, только 7 опрошенных сказали, что они не знают никакого иностранного языка. Остальные опрошенные пользуются по крайней мере английским языком, который им безусловно должен помочь не только в понимании и знакомстве с неологизмами, а также в их включении в свой лексический запас. Включение определенных неологизмов в лексический запас опрошенных должно результировать большим числом производных слов. Как это выглядит в практике, посмотрим в анализе данных опроса. Вторая часть опроса состоит из 18 выбранных нами неологизмов. Опрошенные должны были ответить на три вопроса, касающиеся каждого отдельно взятого неологизма. Нас интересовала информация о том, знают ли опрошенные значение данного неологизма и пользуются ли они им в ежедневной коммуникации. Последний вопрос был для нашего исследования самым важным. Опрошенные должны были привести, какие производные слова от данного неологизма они знают. Здесь мы ожидали высокий уровень креативности носителей русского языка. При этом мы не ограничивались тем, реализовано ли определенное производное слово в языке или нет. В анализе, который следует посмотреть какие производные слова мы получили, существуют ли они уже в языке и почему некоторые слова пользуются большей деривационной способностью, чем другие.

2.4.1. Неологизмы в опросе

Опрос мы создали на основе 18 неологизмов, которые мы нашли в разных листах и онлайн словарях новых слов и неологизмов. Кроме того, некоторые неологизмы мы нашли в Интернет страницах, занимающихся не только языком, а также новостями из других сфер жизни. Мы выбрали именно эти 18 неологизмов на основе их частого появления в различных текстах о языковых актуальностях и на листах новых слов⁴. При выборе неологизмов, мы взяли во внимание их частеречную принадлежность, структуру, тип неологизма по отношению к способу его образования. Следовательно, в опрос были включены следующие неологизмы: *хейт*, *маст хэв*, *сейл*, *скриншот*, *фудпорн*, *спам*, *туториал*, *тренд*, *фейк*, *хайп*, *сёрфить*, *тон*, *локдаун*, *ауф*, *юзать*, *шоп*, *байтить* и *рофл*. Как видно, все выбранные неологизмы, за исключением глаголов *сёрфить*, *юзать* и *байтить*, словосочетания *маст хэв* и восклицательного *ауф*, принадлежат группе имен

⁴ См. <https://obuchalka.org/20180729102545/novii-slovar-modnih-slov-novikov-v-2008.html>;
<https://meduza.io/shapito/2020/06/06/auf-lokdaun-padra-eto-glavnye-novye-slova-russkogo-yazyka>;
<https://www.kp.ru/daily/26761.3/3790678/>;
<https://wordsonline.ru/dicts/neologisms/>;

существительных. Если бы мы хотели их разделить по способу словообразования, у нас получилось бы, что все эти слова принадлежат к группе заимствованных, т. е. языковых неологизмов, при чем большинство из них является заимствованиями из английского языка.

2.4.2. Результаты опроса

Начнем с тех данных, которые нам сразу бросаются в глаза. Это в первую очередь информация о том, сколько производных образовали опрошенные от каждого отдельно взятого неологизма. По нашему мнению, самым лучшим способом показать эту информацию является форма таблицы. В таблице 2 показаны неологизмы таким способом, что сначала приводятся те с наибольшим количеством производных, а за ними те с наименьшим.

	Неологизм	Число производных
1	хейт	15
2	юзать	14
3	спам	13
4	хайп	12
5	шоп	12
6	сейл	11
7	тренд	9
8	фейк	8
9	рофл	6

10	байтить	5
11	скриншот	5
12	маст хэв	3 ⁵
13	локдаун	3
14	топ	3
15	сёрфить	3
16	фудпорн	1
17	ауф	1
18	туториал	1

Таблица 2

Возьмем для начала первые 3 неологизма, у которых появилось самое большое количество производных. Это неологизмы *хейт*, *юзать* и *спам*. Если посмотреть их словообразовательную принадлежность, заметим, что 2 из них составляют группу существительных, а неологизм *юзать* является глаголом. Это можем объяснить фактом, что из 18 неологизмов, данных в опросе, было больше существительных (14), пока группу глаголов составили только 3 глагола. Мы предполагаем, что легче образовать

⁵ Все 3 производные (мастхевчик, мастхевщик и мастхевный), как видно, написаны через [е], хотя исходный неологизм был написан через [э]. По нашему мнению, такой способ написания свидетельствует о том, что данное выражение хорошо принято носителями языка, которые его приспособили системе русского языка.

производные слова от существительных, чем от глаголов, потому что у глаголов уже есть один суффикс – глагольный суффикс *-ть*. Поэтому носители языка легче образуют новые слова от более *чистых* форм слов. Сейчас посмотрим 3 неологизма, от которых опрошенные образовали наименьшее количество производных: *туториал*, *фудпорн*, *ауф*. Что касается их частеречной принадлежности, здесь находим два существительных и одно восклицательное. От восклицательного мы и не ожидали других результатов, так как мы предположили, что большинство носителей языка и не воспринимает его как отдельное слово, о чем свидетельствует и его редкое появление в письменном дискурсе. Если речь идет о форме как названных выше неологизмов, так и остальных неологизмов из опроса, заметим разницу на основе числа слогов. Слова, состоящие из одного до двух слогов пользуются большей продуктивностью, чем те, у которых число слогов превышает два слога. Может быть, это обстоятельство связано и с фактором удобства, т. е. неудобности произношения определенного слова. Следовательно, этот фактор может в определенной степени влиять и на вероятность принятия определенного неологизма в словарный запас носителей данного языка. Раз уж мы упомянули степень принятия неологизмов носителями языка, посмотрим как этот фактор влияет на их производный потенциал. Как мы уже сказали, опрошенные должны были ответить на три вопроса, касающиеся каждого отдельно взятого неологизма. Ответы на первые два вопроса дали нам информацию о том знают ли опрошенные значение данного неологизма и используют ли они его в ежедневной коммуникации. В диаграмме, показанной ниже, посмотрим как выглядят ответы на названные вопросы для 6 выделенных нами раньше неологизмов.

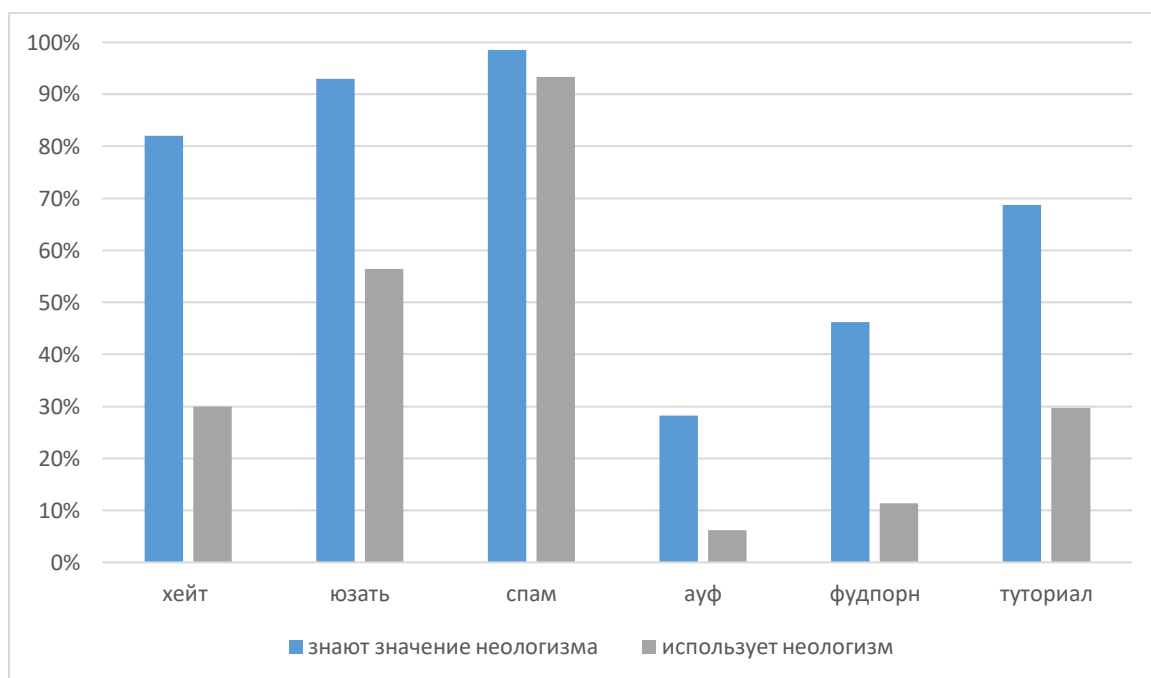


Диаграмма 1

Как видим из диаграммы, неологизмы, от которых опрошенные образовали большее количество производных пользуются большей степенью освоенности носителями языка. С другой стороны, большинство опрошенных редко использует мало им знакомые неологизмы, от которых образовано меньше производных. Такие результаты нас не удивили, так как каждый неологизм должен сначала пройти через процесс освоения носителями языка, а потом уже он начинает развиваться. Именно о развитии неологизмов свидетельствует число их производных.

2.4.3. Словообразовательная парадигма

Как мы уже отметили, различаем типовую и конкретную парадигмы. Сейчас на основе трех наиболее продуктивных неологизмов⁶ из опроса попытаемся в Таблице 3 создать их типовую и конкретную парадигмы. Это нам поможет понять их семантическую производность.

Типовая парадигма	Конкретные парадигмы		
	хейт	юзать	спам

⁶ По нашему мнению, нет смысла создавать словообразовательные парадигмы мало продуктивных неологизмов, так как мы уже на основе данных о количестве производных убедились, что они не продуктивны.

Действующее лицо	хейтер, хейтершик	юзер, юзерша	спамер, спамщик, спамша
Свойство	хейтерство	-	-
Действие	хейтинг	юзание	спаминг
Проявление действия	хейтить, хейтерить, захейтить, хейтиться, перехейтить	поюзать, заюзать	спамить, заспамить
Свойственность/принад лежность	хейтерский	юзерский	спамерский
Отношение к понятию, названному производящим	хейтовый	-	-
Результат действия	захейченный	юзанный, поюзанный, заюзанный, неюзанный, изъюзанный	спамный, заспамленный
Пригодность к действию	-	юзабельный	-
Противоположность	-	-	антиспам

Таблица 3

Как видно из таблицы, на основе трех самых продуктивных неологизмов из опроса мы нашли 9 различных семантических признаков, которые вместе создают типовую словообразовательную парадигму трех данных неологизмов. Как мы уже сказали выше, конкретные словообразовательные парадигмы определенных слов могут не содержать производных, занимающих определенный семантический признак. Однако, типовая парадигма предусматривают это место, если оно заполнено дериватами других слов той же семантической группы (Викторова 2017: 24).

2.4.4. Способы и средства словообразования производных слов

Как мы уже сказали выше, все выбранные нам неологизмы для опроса составляют группу заимствованных, т. е. языковых неологизмов. Однако, большинство производных слов, которые нам дали опрошенные составляют группу словообразовательных, т. е. лексических неологизмов. Они образуются из уже существующих в языке морфем, по образцу уже существующих в языке слов. Другими словами, они образуются с помощью процесса словообразовательной деривации. Такой способ словообразования, основным

средством которого являются аффиксы, мы уже назвали морфологическим способом словообразования. Сейчас посмотрим, какие словообразовательные модели в наибольшей степени послужили опрошенным при образовании производных. При выполнении опроса, опрошенные образовали только производные, принадлежащие группе существительных, глаголов и прилагательных. Поэтому в анализе словообразовательных средств для образования производных мы ограничимся теми, которые служат в процессе образования названных частей речи. В Таблице 4 мы показали какими словообразовательными средствами пользовались опрошенные при создании производных слов из данных неологизмов. В колонке рядом с аффиксами находится номер, показывающий сколько раз этот префикс послужил для создания производного слова.

Имя существительное					
	Суффиксация		Префиксация		Сочетание префиксации и суффиксации
1	-ер(ø)	10	пре-	1	- ⁷
2	-инг(ø)	4	ап-	1	
3	-щик(ø)	4	анти-	1	
4	-чик(ø)	2			
5	-ш(а)	2			
6	-к(а)	2			
7	-ищ(е)	2			
8	-мейкер(ø)	2			
9	-мен(ø)	1			
10	-абилити	1			
11	-ани(е)	1			
12	-ств(о)	1			

⁷ В анализе данных опроса мы не нашли никакой правильности в образовании производных существительных сочетанием префикса и суффикса.

Глагол						
	Суффиксация		Префиксация		Сочетание префиксации и суффиксации	
1	-ить	10	за-	8	за- + -ить	6
2	-ить(ся)	8	по-	3	по- + -ить(ся)	2
3	-ать	2	на-	2		
4	-овать	2	от-	2		
5	-нуть	2	пере-	1		
6	-нуть(ся)	2	под-	1		

Имя прилагательное						
	Суффиксация		Префиксация		Сочетание префиксации и суффиксации	
1	-ов(ый)	8	за-	4	за- + -енн(ый)	4
2	-я/анн(ый)	6	пере-	1	пере- + -анн(ый)	2
3	-н(ый)	6	по-	1	по- + -анн(ый)	1
4	-енн(ый)	5	за-	1	за- + -анн(ый)	1
5	-ск(ий)	4	не-	1	не- + анн(ый)	1
6	-ованн(ый)	1	из-	1	из- + анн(ый)	1
7	-абельн(ый)	1				

Таблица 4

2.4.4.1. Имена существительные

Что касается имен существительных, они в большинстве случаев создавались с помощью суффиксации. Опрошенные использовали даже 12 различных суффиксов, чтобы изобразить различные семантические признаки производных. Самым продуктивным суффиксом для создания имен существительных является суффикс *-ер(о)* (*фейкер, юзер, шопер*), носящий значение «лицо по профессии или лицо, занимающееся чем-либо». Важно подчеркнуть, что это суффикс иностранного происхождения, наверное взятый носителями русского языка из английского. Кроме этого суффикса английского происхождения для образования существительных, в ответах опрошенных появились еще *-инг, -мейкер, -мен, и -абилити*. Предполагаем, что они послужили опрошенным как

логичное словообразовательное средство, так как и самые исходные неологизмы являются заимствованиями из английского языка. Те суффиксы наверно вошли в русский язык вместе с определенными словами иностранного, в этом случае английского, происхождения. Их частое появление в образовании новых слов свидетельствует о том, что они в большой степени приняты носителями языка, которые, может быть, и не воспринимают их как иностранные. Однако, больше половины использованных суффиксов для образования существительных является суффиксами русского происхождения. Те, которые использовались чаще всего (-щик(\emptyset), -чик(\emptyset), -ш(a), -к(a)), также как и суффикс -ер(\emptyset), служат для обозначения лица, занимающегося чем-либо, например *мастхевчик*, *хейтерщик*, *юзерша* и т. п. По нашему мнению, сочетание неологизма иностранного происхождения и русского аффикса свидетельствует о том, что этот неологизм пользуется хорошей степенью освоенности носителями языка. Что касается префиксов для образования новых существительных, здесь находим лишь 3 префикса (*пре-*, *ап-*, *анти-*), при чем у всех иностранное происхождение.

2.4.4.2. Глаголы

Когда речь идет о глаголах, ситуация другая. Здесь находим 6 префиксов и 6 суффиксов. Все они русского, т. е. славянского происхождения. Что касается суффиксов, самым продуктивным является суффикс *-ить*, т. е. *-ить(ся)*. В современном русском языке глаголы, образованные с данным суффиксом как правило составляют группу глаголов II спряжения. С другой стороны, нас не удивляет низкая позиция суффикса *-нуть*, так как у него более ограниченный семантический круг. Суффикс *-ну(ть)*, чаще всего служит для обозначения коротких, однократных действий. То что нас удивило, это число опрошенных, которые от неологизма *хайп* образовали глагол *хайпануть*, в значении «поднять шумиху, ажиотаж, подстегнув интерес к чему-либо» (Викисловарь). Этот глагол, как видим, уже реализован в определенной языковой сфере и немалое количество опрошенных знакомо с этим словом. Нас в этой ситуации удивляет самое существование того глагола, так как поднятие интереса к чему-либо нуждается, в первую очередь, во времени. Кроме того, учитывая тот факт, что глагол *хайпануть* реализован в языке, нас удивляет отсутствие глаголов *скриншотнуть*, *юзнуть* или даже *ауфнуть*, так как, на наш взгляд, на семантическом уровне эти глаголы имеют больше смысла, чем глагол *хайпануть*. Если речь идет о префиксах, используемых при образовании глаголов, все

они, как мы и ожидали, образованы на основе предлогов. Самым продуктивным префиксом является префикс *за-*. Мы можем это объяснить его широким семантическим кругом. Предлог, а в том числе и префикс *за-*, может иметь значение «начать какое-либо действие», «заранее совершить действие», «довести до результативного завершения действие» и т. п. Что касается образования производных сочетанием префиксов и суффиксов, у глаголов находим правильность словообразования с помощью префикса *за-* и суффикса *-ить*. Эта информация нам и логична, поскольку названный префикс так же как и суффикс являются самыми продуктивными словообразовательными средствами в данной категории.

2.4.4.3. Имя прилагательное

Имена прилагательные создавались с помощью 7 различных суффиксов, а дополнительное значение получали благодаря 6 различным префиксам. Как видно в Таблице 4, самым продуктивным суффиксом является суффикс *-ов(ый)* (*хейтовый, фудпорновый, трендовый*), но и другие приведенные в таблице суффиксы не отстают за ним. Самым продуктивным префиксом в образовании прилагательных является префикс *за-* (*захейченный, заспамленный, занянный*). На наш взгляд объяснение этого случая сходно объяснению продуктивности того префикса при образовании глаголов. Что касается правильности в процессе словообразования сочетанием префиксов и суффиксов, самой продуктивной комбинацией является сочетание префикса *за-* и суффикса *-енн(ый)* (*захейченный, заспамленный, заскриншоченный*).

2.4.5. Словообразовательный тип

Все приведенные выше информации помогут нам в создании наиболее продуктивных словообразовательных типов. Вспомним, что для того, чтобы определить какой-либо словообразовательный тип, две пары слов, состоящие из производящего и производного, должны совпадать друг с другом как на семантическом и формальном уровнях, так и на основе частеречной принадлежности. Поскольку опрошенные как правило образовали производные, принадлежащие трем различным частям речи, мы попытаемся создать по одному словообразовательному типу для каждой данной части речи. Таким образом, мы заметили, что на основе частеречной принадлежности можно обнаружить правильность в создании существительных от существительных, глаголов от существительных и

прилагательных от существительных. Чтобы уточнить правильность на формальном уровне, обратим еще раз наше внимание на Таблицу 5 и найдем наиболее продуктивные словообразовательные средства, т. е. дериваторы для каждой части речи.

I. словообразовательный тип		
Частеречное соотношение	существительное – существительное	<i>хейт – хейтер, сейл – сейлер, спам – спамер, тренд –</i>
Дериватор	суффикс <i>-ер(о)</i>	<i>трендер, фейк – фейкер,</i>
Значение	действующее лицо	<i>хайп – хайпер, шоп – шопер, рофл – рофлер</i>

II. словообразовательный тип		
Частеречное соотношение	существительное – глагол	<i>хейт – хейтить, хейт – хейтиться, сейл – сейлить,</i>
Дериватор	суффикс <i>-ить(ся)</i>	<i>сейл – сейлиться,</i>
Значение	действие	<i>скриншот – скриншотить, спам – спамить, тренд – трендить, хайп – хайпить, шоп – шопиться, шоп – шопить, рофл – рофлить</i>

III. словообразовательный тип		
Частеречное соотношение	существительное – прилагательное	<i>хейт – хейтовый, сейл – сейловый, фудпорн –</i>
Дериватор	суффикс <i>-ов(ый)</i>	<i>фудпорновый, тренд –</i>
Значение	имеющий какое-то отношение к предмету, названному производящим	<i>трендовый, фейк – фейковый, хайп – хайповый, топ – топовый</i>

Таблица 5

Итак, первому словообразовательному типу принадлежат пары, характеризующиеся соотношением «существительное – существительное», дериватором *-ер(о)*, значением «действующее лицо». По этому типу образовано 8 пар. Второму словообразовательному типу принадлежат пары, характеризующиеся соотношением «существительное –

глагол», дериватором *-ить(ся)*, значением «действие». По правилам этого словообразовательного типа образовано 11 пар. Последний, третий словообразовательный тип охватывает пары, характеризующиеся соотношением «существительное – прилагательное», дериватором *-ов(ый)*, значением «имеющий какое-то отношение к предмету, названному производящим». Сходно этому типу образовано лишь 7 пар. Следовательно, мы бы могли утвердить, что самым продуктивным словообразовательным типом является II. словообразовательный тип, а наименее продуктивным – III. словообразовательный тип.

3. Заключение

В этом исследовании мы попытались узнать больше информации о том, как развиваются неологизмы и развиваются ли они вообще в современном русском языке. Мы решили это узнать, исследуя деривационные процессы, потенциал и средства, охватывающие в себя неологизмы. Из ответов опроса, который мы провели среди носителей русского языка мы узнали многое. Некоторые ответы нас удивили, а другие подтвердили наши ожидания. Мы сначала перечислили количество производных слов, образованных опрошенными, для каждого отдельно взятого неологизма. Эти данные уже дали нам информацию о том, какие неологизмы пользуются высокой или низкой степенью освоенности носителями языка. Кроме того, мы взяли во внимание и фактор удобства, т. е. неудобности произношения неологизмов, служащих как производящие. Анализ этих данных подтвердил нашу гипотезу о том, что легко произносимые слова, хотя и иностранного происхождения, могут стать частью ежедневной коммуникации носителей русского языка и таким способом развиваться быстрее, чем те слова, произношение которых может быть проблемой для носителей языка. После того, мы создали словообразовательные парадигмы трех самых продуктивных неологизмов, из чего мы узнали как неологизмы и их производные могут развиваться на семантическом уровне. У нас получилось всего 9 различных семантических признаков, которые опрошенные выразили с помощью различных словообразовательных средств. Когда речь идет о словообразовательных, т. е. деривационных средствах, мы попытались установить определенные правильности в процессе словообразования на основе неологизмов. У нас получилось большое количество суффиксов, служащих для образования производных, принадлежащих различными частями речи. Префиксы, с другой стороны, чаще всего

добавляли некоторый дополнительный семантический признак производными и их было значительно меньше, чем суффиксов. На основе того, мы бы могли сказать, что производные, как правило, образуются с помощью суффиксации. Случаев сочетания префиксации и суффиксации было не много. Все эти информации помогли нам создать три основных словообразовательных типа. Мы пришли к выводу, что самым продуктивным словообразовательным типом является тип, характеризующийся частеречным соотношением «существительное – глагол», дериватором *-ить(ся)* и значением «действие». Все эти данные помогли нам понять, как развиваются неологизмы в современном русском языке, что может повлиять на эти процессы и каким способом они могут развиваться.

4. Список литературы

Викторова, Е. В. 2017. *Деривационный потенциал, или словообразовательные возможности слова: проблема определения термина*. *Научный диалог*. № 12. Иркутск, с. 21-34. <https://cyberleninka.ru/article/n/derivatsionnyy-potentsial-ili-slovoobrazovatelnye-vozmozhnosti-slova-problema-opredeleniya-termina>. Дата обращения: 14 августа 2020.

Воронцова, Ю. А. 2016. *Неология и неологизмы. Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*, № 2-1. Брянск: Брянский государственный технический университет, с. 111-114. <https://cyberleninka.ru/article/n/neologiya-i-neologizmy>. Дата обращения: 4 августа 2020.

Котелова, Н. З. 2015. *Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов*, в: Буцева, Т. Н., Левашов, Е. А., Приемышева, М. Н. (ред.). *Н. З. Котелова. Выбранные работы*. Санкт-Петербург: Издательство Нестор-История, с. 181-199.

Лингвистический энциклопедический словарь. <http://tapemark.narod.ru/les/>. Дата обращения: 6 августа 2020.

Попова, Т. В. 2005. *Русская неология и неография*. Екатеринбург: Издательство Уральского государственного университета – УПИ.

СРЯ = *Современный русский язык*. Новиков, Л. А., Зубкова, Л. Г., Иванов В. В. и др. 2001. Санкт-Петербург: Издательство Лань.

Токмеджи, Р. Я. *Типовые словообразовательные парадигмы в гнездах наречий*. <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/76160/13-Tokmedjy.pdf?sequence=1>. Дата обращения: 14 августа 2020.

Кау, Р., Kempton, W. 1984. *What Is the Sapir-Whorf Hypothesis?* <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1525/aa.1984.86.1.02a00050>. дата обращения: 13 августа 2020.

Источники неологизмов:

Комсомольская правда. <https://www.kp.ru/daily/26761.3/3790678/>. Дата обращения: 10 июля 2020.

Медуза. <https://meduza.io/shapito/2020/06/06/auf-lokdaun-padra-eto-glavnye-novye-slova-russkogo-yazyka>. Дата обращения: 10 июля 2020.

Новиков, В. И. 2008. *Новый словарь модных слов*. Москва: Издательство АСТ. <https://obuchalka.org/20180729102545/novii-slovar-modnih-slov-novikov-v-2008.html>. Дата обращения: 4 июля 2020.

Словарь новых слов. <https://wordsonline.ru/dicts/neologisms/>. Дата обращения: 13 июня 2020.

SAŽETAK:

Rad se bavi proučavanjem mogućnostima derivacije i derivacijskoga potencijala neologizama. Proučavajući derivacijske procese i sredstva za tvorbu izvedenica od izabranih neologizama u ruskome jeziku pokušali smo odrediti neka pravila u tvorbi riječi. Kako se rad temeljio na analizi ankete koju smo proveli među izvornim govornicima ruskoga jezika, odgovori su nam poslužili kao temelj za razmišljanje o razlozima brzog i lakog, odnosno sporog i teškog prihvatanja neologizama u leksik kako pojedinačnih izvornih govornika, tako i u jezik. Rad se sastoji od dvaju dijelova. U prvome smo dijelu pokušali predstaviti teorijsku podlogu koja nam je poslužila za analizu. Pri tome smo se uglavnom usredotočili na radove ruskih lingvista. Drugi dio rada je posvećen upravo analizi odgovora na pitanja iz spomenute ankete. Na temelju odgovora smo primijetili određene pravilnosti u tvorbi izvedenica od danih neologizama, sačinili smo dvije derivacijske paradigme triju najproduktivnijih neologizama te odredili najproduktivniji derivacijski tip. Sve su nam navedene informacije pomogle pri boljem razumijevanju kako trenutnoga položaja određenih neologizama u suvremenome ruskom jeziku, tako i njihovoga mogućeg razvoja u budućnosti.

KLJUČNE RIJEČI:

Neologizam, tvorba riječi, derivacija, derivacijski potencijal, rječotvorne mogućnosti, derivacijska paradigma, derivacijski tip, prefiksacija, sufiksacija.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

Неологизм, словообразование, деривация, деривационный потенциал, словообразовательные возможности, деривационная парадигма, деривационный тип, словообразовательные процессы, префиксация, суффиксация.

ŽIVOTOPIS

Rođena sam 1996. godine u Sinju. Osnovnu školu sam pohađala u Trilju, a srednjoškolsko sam obrazovanje stekla u Franjevačkoj klasičnoj gimnaziji s pravom javnosti u Sinju. Završila sam Osnovnu glazbenu školu Jakova Gotovca u Sinju. 2015. godine upisala sam studij Poljskoga jezika i književnosti, a tek sljedeće, 2016. godine stekla dovoljno bodova za upis na studij Ruskoga jezika i književnosti. U slobodno se vrijeme bavim fotografijom.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Опрос «*Новые слова в русском языке*»

Часть I.

1. Возраст
 - а. ...-18
 - б. 18-30
 - в. 30-50
 - г. 50-...
2. Пол
 - а. Женский
 - б. Мужской
3. Уровень образования
 - а. Начальное образование
 - б. Среднее образование
 - в. Высшее образование
 - г. Послевузовское образование
4. Область деятельности
 - а. Математика
 - б. Логика
 - в. Естествознание
 - г. Технонауки
 - д. Социальные науки
 - е. Гуманитарные науки
 - ж. Остальное
5. Знаете ли Вы иностранный язык? Если да, то какой?

Часть II.

В этой части повторяются 3 основные вопроса для каждого отдельно взятого неологизма:

1. Знаете ли Вы значение этого выражения?
 - а. Да
 - б. Нет
2. Используете ли Вы это выражение?

- a. Да
- b. Нет

3. Какие производные слова от этого слова Вы знаете? (напр. инстаграм: инстаграмщик, инстаграмиться...)

Неологизмы, включенные в опрос: хейт, маст хэв, сейл, скриншот, фудпорн, спам, туториал, тренд, фейк, хайп, сёрфить, топ, локдаун, ауф, юзать, шоп, байтить, рофл.