



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Лексические новации в современной публицистике»

Исполнитель Абдыкаримов Сардар Халмурадович

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель доктор филологических наук, профессор

(ученая степень, ученое звание)

Томашевская Ксения Всеволодовна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой



(подпись)

кандидат педагогических наук, доцент

(ученая степень, ученое звание)

Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

« 2 » июль 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017 г.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра русского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Лексические новации в современной публицистике»

Исполнитель Абдыкаримов Сардар Халмурадович

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель _____ доктор филологических наук, профессор _____
(ученая степень, ученое звание)

_____ Томашевская Ксения Всеволодовна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой _____
(подпись)

_____ кандидат педагогических наук,

ДОЦЕНТ _____ (ученая степень, ученое звание)

_____ Кипнес Людмила Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

«__» _____ 2017 г.

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017 г.

Содержание

Введение.....	3
Глава 1. Понятие лексической новации и неологизма в современном дискурсе.....	5
1.1. Особенности современных лексических новаций.....	5
1.2. Понятие «новое» на лексическом уровне языка.....	18
Глава 2. Новое в лексике текстов конца 20-начала 21 века.....	25
2.1. Практическое применение лексических новаций в публицистических текстах.....	25
2.2. Практическое применение новаций экономической лексики в текстах.....	40
2.3. Сравнительный анализ новаций лексики экономических текстов конца 20 - начала 21 века.....	48
Заключение.....	63
Список литературы и источников.....	65

Введение

Актуальность темы исследования. С конца XX века в современном русском языке идут активные процессы, обусловленные значительными изменениями в жизни российского общества. Новшества социальном устройстве, культуре и т.д. - находят отражение на разных языковых уровнях, прежде всего в лексике и фразеологии, семантике, словообразовании; значительные изменения произошли в стилистической системе.

Объектом исследования является лексические новации в современной публицистике.

Предмет исследования - сравнительный анализ лексических новации в современной публицистике.

Цель исследования – провести сравнительный анализ лексических новаций в современной публицистике.

Для достижения этой цели предлагается решить следующие задачи:

1. Выяснить особенности современных лексических новаций.
2. Рассмотреть понятие «новое» на лексическом уровне языка.
3. Проанализировать практическое применение лексических новаций в публицистических текстах.
4. Провести анализ практического применения новаций экономической лексики в текстах.
5. Проанализировать новации лексики публицистических текстов конца 20 - начала 21 века.

Методологическую основу работы составляют методы описательный, сопоставительный, компонентного анализа.

Теоретическую основу работы составляют труды российских авторов, таких, как Аникина М. Н., Бондарева Н.В., Желтухина М.Р., Рябова О.С., Карасик В.И., Слышкин Г.Г., Колышкина Т. Б., Шустина И. В., Лавриненко

В. Н., Чернышова Л. И., Кафтан В. В., Попова З.Д., Стернин И.А. и других авторов.

Теоретическая значимость работы состоит в описании лексических новаций и неологизмов в современных публицистических текстах.

Практическая значимость работы в том, что результаты исследования могут быть использованы на занятиях по современному русскому языку и культуре речи, теории коммуникации, стилистике, риторике и истории русского литературного языка.

Работа состоит из введения, двух глав, трех параграфов и списка использованной литературы.

Глава 1. Понятие лексической новации и неологизма в современном дискурсе

1.1. Особенности современных лексических новаций

Концепция долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 года, именуемая также Стратегия-2020, разработана как основной алгоритм выхода страны на передовые позиции в мировом сообществе. Успех преобразований, по мнению авторов Стратегии, зависит, в первую очередь, от инноваций. Ориентация страны на инновационное развитие усиливает значимость журналистики как фактора развития инновационной культуры общества. Инновационная культура – результат освоения новшеств в различных областях человеческой жизнедеятельности – формируется последовательно, системное участие в этом процессе масс-медиа является неотъемлемым условием успеха инновационных преобразований в целом.

Построение журналистики инноваций влечет появление новой специфики профессии: журналист должен разбираться в основах экономики и права, венчурного и прямого инвестирования, кредитования бизнеса, знать основные направления инновационного развития.

Автор журналистского материала должен быть готов глубоко разобраться в конкретном инновационном проекте, чтобы успешно донести quintessence проблемы до аудитории. При этом журналистика не отходит от принципов доступности и массовости, ведь именно широта охвата аудитории является ключевым фактором формирования инновационной культуры общества.

Транслируя достижения инноватики в массовое сознание, масс-медиа переносят большое количество научно-терминологических понятий в активный словарь аудитории. В таких условиях язык журналистских материалов пополняется лексикой инновационной сферы – специфической

терминологией, которая непосредственным образом отражается на стилистическом своеобразии текста.

Наиболее наглядно этот процесс отражен в печатных масс-медиа, так как обращение к аудитории посредством печатного текста требует от журналиста большого языкового мастерства и высокой степени профессионализма, чтобы качество печатных масс-медиа гарантировало высокую степень усвоения материала читателем.

Наше обращение к материалу печатных масс-медиа обусловлено тем, что по сравнению с оперативными электронными масс-медиа газеты и журналы имеют несомненные достоинства:

- возможность выступлений с аналитическими обзорами, исследовательскими материалами;
- освещение события постфактум, что предполагает снижение субъективности оценок и выводов, полноту картины комментариев и мнений;
- возможность ретроспективного анализа материалов;
- мобильность источника; – доступность.

Такие характеристики печатных масс-медиа делают их популярным и в некоторых случаях предпочтительным каналом отражения особенностей инновационного развития российского общества. Каковы же механизмы внедрения в язык печатных масс-медиа инновационной лексики? В образовании лексических новаций, как правило, задействованы такие механизмы словообразования, как:

- 1) словообразовательная деривация;
- 2) семантическая деривация;
- 3) заимствование слов из других языков или из неcodифицированных подсистем данного языка;
- 4) лексическое и фразеологическое калькирование.

Продemonстрируем действие этих механизмов при образовании новых лексических единиц, активно функционирующих в печатных масс-медиа. Обратимся к примерам: «Астраханская область первой из регионов заключила соглашение о сотрудничестве с центром “Сколково”. Этот документ подписали губернатор Астраханской области Александр Жилкин и вице-президент фонда “Сколково” Станислав Наумов. Предметом соглашения стало установление стратегического партнерства и долгосрочного сотрудничества сторон по инновационному развитию региона, коммерциализация региональных научно-технических разработок в сфере биологических и медицинских технологий и ресурсосбережения, информационных технологий и телекоммуникаций»; «Сейчас на базе Волгоградского медицинского университета создается фармацевтический кластер, который займется серийным выпуском инновационных лекарственных препаратов собственной разработки».

Лексическая единица *инновационный* является результатом словообразовательной деривации, в частности, образована суффиксальным способом:

инновация → инновационный.

Исходная единица *инновация* также обладает коннотацией новизны в том значении, в котором используется в исследуемой сфере. Слово появилось в русском языке путем заимствования из английского языка лексемы *innovation* и укоренилось в русском языке в значении инновация – ‘новая техника, технологии, являющиеся результатом научно-технического прогресса’.

Необходимо отметить, что на современном этапе развития русского языка наблюдается параллельное функционирование синонимов – *инновационный* и *инновативный*. Однако слово *инновационный* является

дериватом от лексемы инновация, в то время как инновативный является прямым результатом заимствования: *innovative* (прил.) – инновативный.

Новая лексическая единица стартап появилась в русском языке благодаря механизму калькирования и имеет высокий показатель частотности употребления в печатных масс-медиа.

Например: «Соучредитель компании Apple Стивен Возняк принял участие в IV Всероссийском инновационном конвенте, который проходил во вторник в Цифровом октябре. На мероприятие собралось более тысячи молодых ученых, изобретателей и авторов стартапов из России».

Англоязычное словосочетание *start up* (глагол) переводится как «пускать в ход», «начинать работать». Русскоязычная калька прошла процесс сложения основ, при этом изменилось значение слова: стартап означает ‘компания с короткой историей операционной деятельности, созданная с целью экспериментального исследования и первичного освоения рынка’.

Представляет интерес процесс образования слова *инноград*. Усеченная заимствованная основа *инно-* соединяется со старославянизмом *град*. Создание лексических единиц подобного рода не является частотным. Основа с неполногласием *-град-* встречается, например, в лексеме *наукоград* – ‘муниципальное образование с градообразующим научно-производственным комплексом’.

Отметим, что лексема *наукоград* вошла в обиход в 1990-х годах и функционирует по сей день. В Российской Федерации насчитывается четырнадцать городов, которым присвоен официальный статус наукограда. По аналогии с этой лексической единицей образовано и слово *инноград*, характеризующееся в последнее время высокой частотностью употребления в средствах массовой информации.

Например: «По словам В. Суркова, *инноград* должен стать привлекательным для лучших специалистов со всего мира». Благодаря

механизму семантической деривации новое значение приобрело слово инкубатор. Например: «До конца 2011 года при госкорпорации "Росатом" будет создан инкубатор научно-технических проектов, заявил в среду представитель НИИ имени Бочарова... Инкубатор будет создаваться на базе комплекса по выпуску опытных партий наноматериалов, который располагает более 200 единицами современного научно-технического оборудования, и был основан в рамках реализации федеральной целевой программы "Развитие инфраструктуры наноиндустрии в Российской Федерации на 2008-2011 годы"».

Прежнее значение слова инкубатор (которое изначально является результатом заимствования от лат. *incubo*) определялось как 'аппарат для искусственного вывода молодняка птицы из яиц'.

В новом значении, характерном для экономической сферы инноваций, инкубатор есть 'контролируемая среда, обеспечивающая заботу, выращивание и защиту для новых предприятий на самой ранней стадии их развития – вплоть до обретения ими готовности к самоподдерживающему развитию'.

Таким образом, мы наблюдаем действие всех известных механизмов словообразования в процессе создания новых лексических единиц, их активного функционирования в печатных масс-медиа в условиях инновационного развития общества. Активный словарь русского языка расширяется за счет лексики экономической и научной и технологической сферы инноваций.

В "Толковом словаре современного русского языка. Языковые изменения конца XX столетия" описаны сложные, перекрещивающиеся и противоречивые процессы, происходящие в настоящее время в русском языке. Объектом лексикографического описания служат слова, изменившие или изменяющие свой статус в семантическом, стилистическом,

сочетаемостном, историческом и др. отношениях, вступающие в новые синонимические, антонимические, омонимические и словообразовательные связи. Основу Словаря составляет лексика, отражающая все эти изменения и так или иначе воздействующая на состояние языка и речь современников.

С точки зрения разнообразных пластов лексики в словарь включены следующие лексические ряды: новые слова, в том числе заимствования, как в первоначальном, так и в преобразованном виде; привычные, давно освоенные языком слова, претерпевшие в описываемый период разнообразные изменения, связанные с расширением семантики; слова, вернувшиеся с периферии общественного сознания и истории (маркируемые в словарях советского периода как устарелые, относящиеся к чуждому быту); слова, уходящие из активного употребления в пассивный лексический запас, в частности идеологические штампы и клише советского времени. Помимо собственно лексикографической информации: толкование, стилистические пометы, иллюстрации - Словарь дает разнообразные сведения о самом предмете или явлении, выраженном словом: энциклопедические данные, указание на его особенности в наше время и в прошлом, на меняющиеся смысловые, оценочные, сочетаемостные, словообразовательные характеристики.

Под неологизмами в лексикографии принято понимать слова, еще не зафиксированные в толковой лексикографии, либо представленные в специальных словарях новых слов. Словарь смелее, чем предшествующие лексикографические издания, включает в свой состав неологизмы, в том числе абсолютно новые слова.

Значительную часть неологизмов составляют обозначения новых реалий в сферах общественной, политической, культурной жизни и быта (астромедицина, биотуалет, бодибилдинг, бутик, телекинез, шейпинг). В числе неологизмов описан большой массив заимствований. Открытость современного общества для международных контактов, ориентация во

многим на западную культуру, образ жизни обусловили массовое вхождение в русский язык заимствованной лексики и словообразовательных элементов преимущественно из американского варианта английского языка. Заимствование является одним из основных и крупных источников для пополнения языка новой лексикой.

"На современном этапе иностранные слова существуют в русском языке на разных уровнях освоения. Иноязычной лексике, как и лексической системе языка в целом, присущи такие качества, как подвижность, изменчивость, динамичность. Иноязычный материал, в особенности новый, подвергается значительной языковой обработке и с точки зрения формальной (с точки зрения фонетики, грамматики, графики, орфографии), и с точки зрения семантической.

В лексике, используемой в современном русском политическом дискурсе, все время происходят активные процессы, причиной которых в значительной степени являются перемены в разных сферах общественно-политической жизни в России. Преобразования государственно-правовой и социально-экономической систем повлекли за собой изменения в политическом и общественном сознании, которые отразились также в системе языка, так как влияние экстралингвистических факторов на язык особенно заметно в периоды преобразований общественного строя. Самые большие изменения коснулись лексического состава языка, так как лексика – это самый динамичный ярус языка, на который сильно влияет экстралингвистический фактор. Данное явление очень заметно в случае политического дискурса, который сильно подвергается влиянию внешних факторов.

Одним из самых частотных разрядов инноваций, функционирующих в современном русском политическом дискурсе, являются семантические

неологизмы. Исследователи, помимо длительной традиции фиксации и описания новых явлений в языке, решают проблему теоретического осмысления понятия „неологизм” по-разному. Первые дефиниции данного термина соотносились только с денотативным признаком слова. Неологизмами признавались лишь слова или обороты, обозначающие новые явления. Примерами могут служить определения, предложенные О. С. Ахмановой („слово или оборот, созданное (возникшее) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия”)[1] или Р. А. Будаговым („неологизмы в собственном смысле – слова, которые впервые появляются в языке и до определенного периода не бывают известны ни одному языковому стилю”)[2]

Со временем значение понятия „неологизм” расширяется.

А. А. Брагина, рассматривая особенности неологизмов, замечает: „Новые реалии и новые явления требуют наименований.

Так возникают обусловленные внешними (неязыковыми) причинами слова. Но было бы неверно понимать неологизмы только как слова абсолютно новые, и только такие слова отмечать и анализировать. Картина лексического развития была бы при таком подходе очень неполной и обедненной.

Новая лексика формируется и путем переосмысления старых слов, и путем новых словосочетаний, и путем новых комбинаций старых морфем и частей слов” [3] обозначения «инновация», «новообразование», «новшество» толкуются как абсолютные синонимы друг через друга.

В Советском энциклопедическом словаре представлено следующее толкование: «инновация» (лингв.) - то же, что новообразование; «новообразование (инновация) (лингв.) - новое явление в языке, преимущественно в области морфологии, возникшее в данном языке в более позднюю эпоху» [3].

Знак равенства между понятиями «новшество» и «инновация» ставит В. Г. Гак: «Для обозначения любых лексико-семантических новшеств, узуальных или окказиональных, мы будем в широком плане пользоваться термином «инновация» [4].

Некоторые лингвисты отдают предпочтение одному из названных терминов. В книге В.Г. Костомарова «Языковой вкус эпохи» основным термином, обозначающим любое новое слово, является «новообразование», ср.: «Среди новейших новообразований много названий лиц...» [5].

С. В. Ильясова предпочитает термин «инновация»: «Под инновацией мы понимаем новое слово, не зафиксированное в толковых словарях» [6].

Существуют и другие взгляды на новые слова. Р. Ю. Намитокова [7] делит их на 2 группы: неологизмы и новообразования, противопоставляя их друг другу. Термин «новообразование» в понимании автора синонимичен понятию «окказионализм».

Некоторые авторы, оперируя довольно близкими терминами «неологизм», «инновация», «новообразование», пытаются все же конкретизировать их значения.

Е. В. Розен предлагает все лексические новшества - новые словарные единицы, новые фразеологизмы, новые значения и новые варианты словоупотребления - обозначить одним обобщающим термином - «лексические инновации», а неологизмы как «устоявшиеся», узуальные единицы языка считать их «частным случаем»; термины же «новообразование» и «неологизм» полностью взаимозаменяемыми. Ср.: «Новообразованиями принято называть неологизмы, составленные из отдельных ранее использовавшихся в языке слов и элементов или их новой комбинации» или «Подавляющее число неологизмов. представляют собой новообразования» [8].

Авторы учебного пособия «Неология и неография современного русского языка» Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава отмечают, что данные термины обладают разной внутренней структурой: «Существительное «инновации» используют для обозначения новых явлений на всех уровнях языка.

Субстантив «новообразование» в силу своей внутренней формы «новое образование» употребляется либо по отношению к любым инновациям - инновациям любых уровней языка, либо по отношению к словообразовательным неологизмам - одной из групп новых номинативных единиц» [9].

Отсутствие четкости в определении неологизма как объекта неологии объясняется, на наш взгляд, тем, что никто из лингвистов-неологов достаточно серьезно не занимался этим вопросом. В лингвистической литературе отсутствуют работы, в которых были бы конкретизированы значения и сфера употребления этих терминов.

Анализ новейших диссертационных исследований, монографий, научных статей по неологии показывает, что почти каждый исследователь, прежде чем начать работу в этой области, оказывается перед выбором: использовать одну из многих существующих трактовок термина или предложить свою. Поэтому неслучайно в каждой работе встречаются формулировки: «В работе термин «неологизм» понимается как...», или «вслед за ... мы понимаем под неологизмами.» и т.д.

Безусловно, один ученый вряд ли справится с задачей создания четкого терминологического аппарата. Это можно сделать только объединенными усилиями всех ученых-неологов.

В данном исследовании за рабочее взято определение, предложенное Р.Р. Хартманном, который охарактеризовал этот пласт лексики «в качестве единиц и фраз, вошедших в речевой обиход путем заимствования или

созданных по определенным словообразовательным моделям, путем авторского словотворчества или благодаря семантическим изменениям».

Из этих определений ясно, что новизна является главным качеством неологизма.

Примерами неологизмов для русского языка конца XX – начала XXI века служат:

- 1) а) слова, появившиеся в языке для обозначения новых вещей и понятий иноязычного происхождения – имиджмейкер, саммит, Интернет;
- б) слова, образованные из русских морфем – белодомовцы, наличка, разгосударствление (собственно лексические неологизмы);
- 2) словосочетания типа: горячая линия, теневая экономика (в данном случае новы сами связи слов друг с другом) (сочетаемостные неологизмы);
- 3) старые слова, недавно приобретшие новые значения: взломщик (тот, кто взламывает компьютерные программы), зеленые (доллары США) (семантические неологизмы)».

Все три типа неологизмов объединяются общим названием «языковые».

По форме слова, согласно классификации Т.С. Пристайко, выделяют следующие виды неологизмов: неолексемы, неосесемы и неофраземы, или же лексические, семантические, фразеологические.

Исследуя неологизмы, необходимо обозначить существование и таких новообразований, как детские неологизмы. Примером таких новаций могут служить слова, выделенные К.И. Чуковским в книге «От двух до пяти»: кусарик (о сухарике), вертилятор (о вентиляторе), творушка (о ватрушке), улиционер (о милиционере), а также:

– Почему ручей? Надо бы журчей. Ведь он не ручит, а журчит.

– Почему ты говоришь: ногти! Ногти у нас на ногах. А которые на руках – это рукти.

– Почему разливательная ложка? Надо бы наливательная.

Говоря об использовании языковых неологизмов в тексте современных СМИ, следует отметить, что собственно лексические неологизмы встречаются в публицистических текстах чаще, чем сочетаемостные и семантические. А наименее частотными являются индивидуально-авторские.

Отличие индивидуально-авторских неологизмов от языковых состоит в том, что они «будучи созданы одним лицом – поэтом, писателем, общественным деятелем, публицистом, – остаются принадлежностью индивидуального стиля и их новизна, необычность не стирается со временем. Таковы многие из неологизмов, созданных В. Маяковским».

В данном случае эти неологизмы способствуют усилению образности и предстают как образования, не связанные с принятым употреблением. «Более того, – отмечает исследователь А.Ю. Астафьев, – они противопоставлены по значению узувальным словам (ср. декабрь и декабрьский)».

Значительная часть неологизмов встречается в деловых изданиях, таких, как «РБК daily», «Коммерсантъ» и т.п. Наиболее частотны здесь экономические термины, например, «рецессия», «инвестор» (статья «Тревожный знак» //«РБК daily» от 27 августа 2010 г.). Также встречаются и составные наименования «двойная рецессия», «бивалютная корзина», «Особенности брачного национализма» (заголовок).

Немало неологизмов можно встретить и на страницах специализированной прессы, например, в изданиях, посвященных компьютерной тематике.

Частотны неологизмы и в молодежных газетах и журналах. В газете «Аргументы и факты», позиционирующей себя как массовое издание для всей семьи, представлены как межстилевые неологизмы (употребляемые во всех функциональных стилях речи), так и новообразования, свойственные определенному стилю.

Например, в статье В. Костикова «Я милого узнаю по походке... Как смотрелись и смотрятся русские за границей?» (АиФ//№ 34 от 25 августа 2010 г.) употребляются следующие новации: лексический неологизм «серпастые» паспорта» (о советском паспорте, на обложке которого, как известно, был изображен герб СССР с серпом и молотом как символом союза рабочих и крестьян), сочетаемостный неологизм «хорошие русские» (об определенной категории русских за границей), жаргонизмы «братки» (о бандитах), «бабло» (о деньгах), индивидуально-авторский неологизм «незавершенка» (о переходном ном периоде в рыночной экономике).

Так, в статье «Чипсы с запахом счастья. Кому выгодна имитация демократии?» этого же автора (АиФ//№ 30 от 28 июля 2010 г.) встречаются следующие новации: сочетаемостные неологизмы «кошерные чипсы», «социальные лакировщики», «бюрократический фильтр», «официальные холмы», «холуйская традиция», «политические дураки», лексические неологизмы «шкварочка», «спецовка», относящиеся к просторечным единицам, а также сочетание «трудовой фронт», которое для современного поколения может оказаться неологизмом, так как давно не употреблялось на страницах прессы (хотя пришел данный штамп из советской печати).

По мнению современных ученых, возникновение неологизмов предопределяется экстралингвистическими факторами, приоритетным из которых является разнообразие тем, освещаемых журналистами, а также «децентрализацией информации, связанной с доступностью ранее закрытых источников: армейские будни, военный бюджет, гламурная жизнь «звёзд», притоны наркоманов, тюрьмы и т.п.».

Согласно исследованиям, проводимым на современном этапе, среди причин, вызывающих активную неологизацию языка газеты можно назвать следующие:

а) усиление информативности: наибольшая часть заимствований приходится на сферы, где еще не сформировалась система русских терминов и обозначений. Например, клининговая (компания):

Индустрия чистоты» отвечает профессиональным потребностям участников рынка клининговых услуг, представляя полную информацию о технологиях, оборудовании и средствах для чистки и уборки. («Деловая пресса». – № 45 (567). – 28 ноября 2005).

Итак, рассматриваемый неологизм «клининг» (от англ. cleaning – уборка, чистка) используется для обозначения вида профессиональной уборки, а не неквалифицированного труда, с которым ассоциируется слово «уборка» в России. Следует отметить, что на западе клининг существует в виде отдельной отрасли экономики более 100 лет, а в России клининговый бизнес функционирует сравнительно недавно. Однако о серьезности данного бизнеса свидетельствует существование Первого Одесского клинингового портала.

б) необходимость в дифференцировании различных узкоспециальных понятий. Например, в сфере шоу-бизнеса: «продюсер – доверенное лицо кинокомпаний; антрепренёр – частный театральный предприниматель; промоутер – тот, кто способствует продвижению на рынке».

в) наличием в международном употреблении устойчивых систем терминов. Например, в сфере шоу-бизнеса: шоумен, ди-джей, в сфере спорта: аквааэробика, пилатес, фитнес и т.д.

г) следованием «языковой моде»: иностранное заимствование иногда кажется более престижным, несет в себе эффект новизны, «продвинутости». Например, употребление «обрусевшего» англицизма «пролонгировать» и его многочисленных производных «пролонгирование», «пролонгация» и так далее (от англ. long – длинный, долгий) вместо русского аналога «продлить» можно объяснить только следованием речевой моде, так как оно не несет в

себе нового смысла либо объема, а лишь затрудняет восприятие, осложняя русскую речь.

Вслед за О.Ф. Костиковой приходим к выводу, что «воздействуя на конкретную личность и общество в целом, язык формирует как языковую личность, так и социум» (Там же. – С. 8).

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в конце XX века за очень короткий период времени в системе русского языка произошли заметные изменения разного характера, они имеют разную природу, а также как экстра-, так и внутрilingвистические причины.

1.2. Понятие «новое» на лексическом уровне языка

Язык, как известно, представляет собой динамическую систему. Динамизм последней проявляется в самых различных аспектах, однако безусловно то, что развитие языка – это прежде всего неогенез: способность языка к неологизации «позволяет ему выполнять все более сложные когнитивно-дискурсивные функции, способствуя отражению в языковом сознании номинируемых явлений окружающей действительности» [8: 5].

В связи с актуальностью процесса неологизации он постоянно удерживает внимание лингвистов как к своей эмпирической базе, так и к теоретической стороне процессов языкового обновления. Становление неологии как особой лингвистической специализации относится ко II половине прошлого столетия. Развитию новой отрасли лингвистики способствовали работы С. И. Алаторцевой, А. А. Брагиной, Р. А. Будагова, Т. Н. Буцевой, В. Г. Гака, С. В. Ильясовой, Л. Ю. Касьяновой, Л. П. Катлинской, Л. П. Крысина, В. В. Лопатина, Е. В. Мариновой, Р. Ю. Намитковой, Т. С. Пристайко, Л. И. Плотниковой, Л. В. Рацибурской, Е. В. Розен, Е. В. Сенько, С. И. Тогоевой, Н. И. Фельдман и др.

Исследование процесса неологизации, несмотря на давний интерес к этому языковому явлению, тем не менее обнаруживает ряд нерешенных проблем. Во-первых, это проблемы, связанные с метаязыком новой лингвистической специализации, его терминологической базой, что подчеркивается многими исследователями. Данное утверждение касается как названия самой новой лингвистической отрасли, так и наименований ее основных понятий.

Наряду с термином «неология» параллельно употребляются термины «неологика» и «неологистика» [12: 243]. Еще большей разнобой наблюдается при обозначении базового понятия «новое». С этой целью используются термины «неологизм», «новообразование», «узуальные неологизмы», «языковые неологизмы», «индивидуально-авторские слова», «общие неологизмы», общенародные неологизмы, неологизмы первой степени, узуалиты.

Указанные специальные наименования номинируют новое в системе языка. Для номинации нового в системе речи используются термины: «окказионализмы», «окказиональные неологизмы», «индивидуально-авторские неологизмы», «речевые неологизмы», «контекстные неологизмы», «индивидуализмы», «неологизмы второй степени», креатемы, гапаксы, протологизмы. М. Эпштейн предлагает также ввести термины «актуализмы» (неологизмы, входящие в жизнь одновременно с обозначаемым явлением), «экспрессизмы» (новые слова, создаваемые с поэтически-выразительной целью - Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова Общественные науки 2014, № 1 ISSN 1994-7720), «однословие» (наикратчайший жанр словесности, искусство одного слова, в котором заключена новая идея, картина); ученый считает, что эти наименования заполняют лакуны в системе неологических номинаций, но при этом сам исследователь замечает, что указанные термины есть не что иное,

как протологизмы, т. е. слова, не успевшие стать неологизмами [19: 180–184]. Вопрос о соотношении указанных терминов, об их объеме и семантическом наполнении рассмотрен, в частности, в работе Т. С. Пристайко [13]. Основываясь на данных этого и других исследований, мы утверждаем, что в настоящее время термин «неология» приобрел широкое значение, в связи с чем он употребляется для обозначения новых явлений на всех уровнях языка; как следствие этого приобретение категорией нового межуровневого характера. В связи с указанным обстоятельством наметилась явная тенденция употреблять термин «инновация» как родовое обозначение новых фактов во всех подсистемах языка; что касается термина «неологизм», то он употребляется как обозначение видовой разновидности инновации – новых фактов на уровне лексики; все остальные видовые наименования, названные выше, в свою очередь представляют собой видовые номинации соответствующих под-типов неологизма в проекции на язык-речь, при этом они часто дублируют в семантическом отношении друг друга. Такой подход, представляющий научную позицию Е. В. Сенько (2000) и поддержанный другими исследователями, в частности С. В. Ильясовой (2002), Т. С. Пристайко (2009), Н. В. Булавиной (2012), кажется нам логически обоснованным, как устанавливающий строгие системные родовидовые связи исследуемых понятий. Несистемность терминологической основы неологии объясняется также и различным пониманием содержания понятия «неологизм». Только простой перечень ряда определений данного понятия позволяет судить о разноаспектности научных подходов: неологизмы – слова, номинирующие новые понятия (новые реалии – новые явления – новые слова) [1]; неологизмы – слова, имеющие признак абсолютной новизны [7]; неологизмы – «слова, возникшие на памяти применяющего их поколения» [4]. Другие параметры содержания рассматриваемого понятия: незафиксированность в словарях: неологизмы – слова, не отмеченные

словарями [11: 23]; перемещение в языковом пространстве: неологизмы – слова, которые еще не вошли или никогда не входили и не войдут в активный словарный запас языка [18: 158]; низкая частотность употребления: индекс частотности, приближающийся к нулю, дает достаточное основание относить те или иные слова к разряду неологизмов [9: 141–142]. В зависимости от того, какие признаки неологизмов считаются ведущими, в научной литературе представлены различные классификации новых лексических единиц. Думается, что наиболее полную классификацию инноваций предложила С. И. Алаторцева.

По форме языковой единицы ею выделены три вида новаций: лексические, семантические, фразеологические; по степени новизны – слова с оригинальной, нестандартной формой и образованием, в том числе новые иноязычные слова, то есть «сильные неологизмы» и «слабые неологизмы», то есть относительные, или функциональные, лексические инновации.

С точки зрения происхождения инновации лексико-фразеологического состава русского языка делятся на новообразованные слова, значения, сочетания и вошедшие в литературный язык готовые единицы.

В отношении характера новаций по параметру язык-речь неологизмы дифференцированы на узуальные и неuzuальные инновации.

По продолжительности существования новации выделены: факты краткого существования на уровне речь- текст (однократное употребление), слова, значения, сочетания, вошедшие в языковую систему, ставшие ее полноправными членами; новации, бытовавшие какое-то время в языке, а затем ушедшие из него («историзмы современности», или в другой терминологии «ключевые слова»). Неоднозначно и понимание объема понятия «неологизм».

Узкий подход представлен, в частности, в работах Е. В. Сенько (2000): значение термина «неологизм» сужено, в объем понятия включена только

лексическая единица; таким образом, термин возвращается в рамки своего этимологического значения, а неологизм воспринимается как собственно лексическая категория.

Широкий подход к новым словам характерен для Н. З. Котеловой, которая в объем понятия «неологизм» включает «слова, значения слов, идиомы» [10: 14]; К. Л. Барнхарт включает также в объем указанного понятия и морфемы [20: 316–317]. Проблематичен и неологический статус так называемых внутренних заимствований: «Подлинно новыми являются лишь слова, сочетающие новое звучание с новым понятийным содержанием...» [14: 42–43].

В хронологическом плане неоднозначно решается вопрос о неологическом статусе лексических единиц, которые были известны литературному языку и ранее, но активизировались на современном этапе языкового развития [14: 31].

В плане означаемого термин «неологизм» употребляется по отношению к семантическим трансформациям существующих слов, ср.: «слова, старые по форме, но изменившие свое значение, по существу – старые лексикоединицы» [14: 43]. В генетическом плане объем понятия «неологизм» изменяется в зависимости от того, включают в его объем или нет заимствованные слова.

Авторы социолого-лингвистических исследований «Лексика современного русского литературного языка» (1968), «Русский язык конца XX столетия» (1996) предпочитают не употреблять термин «неологизм», говоря о заимствованных словах. Е. В. Гулыга, Е. В. Розен утверждают, что если смотреть на новое из межнациональной перспективы, то новое с точки зрения какого-либо отдельного языка может не быть новым [15: 43]. Действительно, в ряде работ понятие «неологизм» закрепляют в основном за

новообразованиями, то есть словами, образованными на базе строительного материала своего языка.

Следует согласиться с С.С. Изюмской, которая пишет: «Среди дискуссионных вопросов следует выделить вопрос о соотношении понятий “неологизм” и “заимствование”. Понятие “неологизм” значительно шире понятия “заимствование”, так как основным источником неологизации являются собственные ресурсы языка» [5]. Сказанное выше наглядно иллюстрирует неоднозначность понятия «неологизм» как в плане его содержания, так и объема.

Лексические инновации, то есть неологизмы, – одна из микросистем в общей системе языка, которая в отличие от других инноваций должна характеризоваться, на наш взгляд, следующими системообразующими признаками: номинативность или трансноминативность, новизна формы и/или содержания, временная маркированность, локализованность в языковом пространстве, динамичность (философская категория «движения») [16].

Последние три системообразующих фактора наиболее значимы, т. к. появление нового связано с историческим изменением системы языка или ее отдельных участков. В связи с этим движение – это своего рода взаимная обусловленность компонентов языковой структуры, вызванная как внешними (экстралингвистическими) факторами, так и внутренними закономерностями того или иного характера.

Взаимообусловленность структурных компонентов системы (или подсистемы) ведет к изменениям их качественного состояния, то есть к изменениям во времени лингвистического статуса языковых единиц.

Разумеется, что возникновение нового прикреплено к определенному языковому пространству, типы которого были обозначены еще в 70-х годах прошлого века Н. З. Котеловой [10: 16].

Таким образом, речь идет, как справедливо отметила Н. З. Котелова, не столько о новизне объекта, сколько об обновлении той или иной пространственной сферы, изменении системы взаимоотношений, вхождении в другую систему.

Исходя из сказанного, в объем понятия «неологизм» следует включать новые слова, в том числе иноязычного характера, а также внутренние заимствования и актуализировавшиеся лексические единицы: понятие нового относительно, что мотивирует изменение неологического статуса слова в зависимости от языкового пространства и времени.

Выводы по главе I

В связи с постоянным развитием общества, многочисленными и беспрецедентными открытиями в области науки и техники язык пополняется огромным количеством новых слов (неологизмов), что влечет за собой необходимость их описания и систематизации.

В объем понятия «неологизм» следует включать новые слова, в том числе иноязычного характера, а также внутренние заимствования и актуализировавшиеся лексические единицы: понятие нового относительно, что мотивирует изменение неологического статуса слова в зависимости от языкового пространства и времени.

В период ситуации с особой социальной напряженностью, обусловленной коренными политическими и экономическими преобразованиями, лексические образования можно справедливо применить не только к русскому языку, но и к любому другому, т.к. с помощью языка носители выражают свое отношение к происходящим событиям (дают оценку, критикуют, анализируют и т.д.).

Русский язык находится в стадии становления и формирования своих уникальных и характерных только для него набором региональных лексико-грамматических отличий.

В конце XX века за очень короткий период времени в системе русского языка произошли заметные изменения разного характера, они имеют разную природу, а также как экстра-, так и внутрилингвистические причины.

Процессы, происходящие в языке, обусловлены не только высоким уровнем подвижности лексической системы русского языка, но и современным обществом, поэтому принципиально важны социальные причины происходящих изменений: демократизация русского общества, деидеологизация многих сфер человеческой деятельности, антитоталитарные тенденции, а также "открытость" к веяниям с Запада во многих областях.

Глава 2. Новое в лексике текстов конца 20-начала 21 века

2.1. Практическое применение лексических новаций в публицистических текстах

В наше время публицистический стиль широко представлен не только в газетах и журналах, но также в радио- и телевизионной речи, речи политиков (в данном случае он проявляется в устной форме). В письменной же форме выделяют два подстиля публицистического стиля: газетно-публицистический («язык газеты») и стиль публицистической журнальной прозы.

Язык газеты критиковался издавна. Его ругали не только журналисты и обыватели, но также и маститые писатели, и языковеды. В публицистической практике газетные штампы и клише были не редкостью. Но, тем не менее, сравнивая публицистические тексты периода «застоя» и 90-х годов,

исследователи отмечают «...значительное сокращение речевых штампов в языке газет и журналов», констатируя тот факт, что «стилистические «спутники» командно-бюрократической системы сошли со сцены в «посткоммунистическое время». Характеризуя состояние публицистики в период перестройки (1985–1991 гг.), Г.Я. Солганик отмечает резкое обновление языка газеты, раскрепощение традиционно нормированного языка. Что, по его мнению, является отрицанием газетного языка доперестроечного периода, резким отталкиванием от него, определяет общее направление изменений как «демократизацию языка СМИ».

Профессор Г.Я. Солганик полагает, что критики газетной речи не всегда правы в ее неприятии, поскольку язык газеты – «это <...> особая эстетика, особые законы и возможности».

Вслед за ученым приходим к выводу о том, что критики языка газеты, ругая его за канцеляризм, штампы, непонятные и, возможно, неоправданные заимствования, сухость и тому подобное, исходят из невольного сравнения его с языком художественной литературы. Что является не совсем правомерным, поскольку задачи и функции этих двух языков все же различаются.

Общеизвестно, что ключевыми функциями публицистического стиля являются воздействующая и информационная. Эти две функции языка выносятся исследователями на первое место. Впрочем, стоит отметить, что кроме вышперечисленных функций, тексты публицистического стиля выполняют и все остальные присущие языку функции, а именно: коммуникативную, экспрессивную, эстетическую.

Поскольку, освещая актуальные события, затрагивая сферу интересов миллионов граждан, информируя их и воздействуя на общественное мнение, публицист, журналист по определению не может изъясняться сухим канцелярским («официозным») языком, он, так или иначе, применяет в

публицистическом тексте эмоционально окрашенные, экспрессивные слова с элементом оценки.

Тем не менее полный отказ от использования в языке печати стандартизированных языковых средств (клише) невозможен, поскольку, как пишет И.Б. Голуб, «в условиях быстрой подготовки газетных публикаций, интерес к которым особенно обострен по следам событий, журналисты используют хорошо известные им публицистические приемы, частотные языковые средства, устойчивые речевые обороты».

В 70-е гг. XX в. (исходя из концепции В.Г. Костомарова, отраженной им в книге «Русский язык на газетной полосе») для газетной модели было обязательно «...прямолинейно-постоянное соотнесение стандартизированных и экспрессивных сегментов речевой цепи» (Костомаров, 1971, С. 57). Судя по современной прессе, стандартизированные элементы отошли на второй план, уступая место экспрессии и эмоциональности.

Данное утверждение можно проиллюстрировать материалом из популярного еженедельного журнала:

«Москва расплавлена-раздавлена многодневной жарой. Кто-то льет себе за шиворот ледяную газировку, кто-то рыщет по магазинам в поисках вентилятора, кто-то агитирует за слепополуденную сиесту. Писатель Михаил Веллер разработал свои правила выживания в ополоумевшем от жары мегаполисе».

«В молодые годы доводилось мне шляться по Средней Азии...».

«Если братва за деньги рисковала жизнью и с этой жизнью легко расставалась, то в конце концов +50 не так страшны, как пуля в лоб».
(«Итоги». – 2 авг. 2010 г. – №31 (738)).

Лексике публицистического стиля присуще стилистическое богатство и тематическое разнообразие. Наряду с общеупотребительной нейтральной

лексикой и фразеологией (человек, работа, год, каждый, жизнь; без пяти минут, всем сердцем, в свою очередь) используются оценочные лексико-фразеологические средства, как разговорно-просторечные (шоубиз, крутой, трепач), так и книжные (патриот, террор, шоковая терапия).

По мнению Н.И. Клушиной, публицистическому стилю присущ характерный словарь, «соотносимый с базовыми темами СМИ». Как следствие этого в публицистический стиль активно вовлекается лексика и терминология из:

- области экономики, ориентированной на рыночные отношения: консалтинг, обвал ипотечного рынка, менеджмент;
- финансово-коммерческой, предпринимательской деятельности: финансовый ретейл, стартап, стартапер;
- научно-технической и производственно-технической области: эффект бабочки, айфон;
- речевого обихода шоу-бизнеса, номинации новых видов спорта и физкультурных упражнений: диджей, хит; фитнес.

Действительно, большой приток неологизмов в публицистические тексты обусловлен сменой общественно-экономической формации. В связи с этим стало возможным столь быстрое пополнение активного словаря новациями из экономической и научно-технической сфер, а также из индустрии шоу-бизнеса и спорта, прежде всего, заимствованиями из английского языка. В современных публицистических текстах такие слова уже не редкость.

Профессор В.И. Максимов констатирует, что «в современном публицистическом стиле конца 1990-х гг. – первых лет XXI в. употребительны слова и обороты речи жаргонного происхождения» (Там же. – С. 121).

Ряд исследователей (Н.Н. Романова, А.В. Филиппов) рассматривают использование «жаргонных вкраплений» в качестве попыток «освежения

стиля», «сдабривания материала стилистической специей» (Романова, Филиппов, 2006, С. 94). Так, обращаясь к словарю студенческого жаргона «Толковый словарь молодежного сленга: Слова, непонятные взрослым», построенному по материалам художественных и публицистических текстов, СМИ, составленному Т.Г. Никитиной, видим, что приблизительно четвертая часть словника данного словаря является примерами, взятыми из современной (по состоянию на 2003 г.) прессы (газеты «Я – молодой», «Московский комсомолец», «Комсомольская жизнь», журнал «Юность»).

В лексике, используемой в современном русском политическом дискурсе, все время происходят активные процессы, причиной которых в значительной степени являются перемены в разных сферах общественно-политической жизни в России.

Преобразования государственно-правовой и социально-экономической систем повлекли за собой изменения в политическом и общественном сознании, которые отразились также в системе языка, так как влияние экстралингвистических факторов на язык особенно заметно в периоды преобразований общественного строя.

Самые большие изменения коснулись лексического состава языка, так как лексика – это самый динамичный ярус языка, на который сильно влияет экстралингвистический фактор.

Данное явление очень заметно в случае политического дискурса, который сильно подвергается влиянию внешних факторов.

Одним из самых частотных разрядов инноваций, функционирующих в современном русском политическом дискурсе, являются семантические неологизмы.

Исследователи, помимо длительной традиции фиксации и описания новых явлений в языке, решают проблему теоретического осмысления понятия „неологизм” по-разному. Первые дефиниции данного термина со-

относилось только с денотативным признаком слова. Неологизмами признавались лишь слова или обороты, обозначающие новые явления. Примерами могут служить определения, предложенные О. С. Ахмановой („слово илиоборот, созданное (возникшее) для обозначения нового (прежде неизвестного) предмета или для выражения нового понятия”)[1] или Р. А. Будаговым („неологизмы в собственном смысле – слова, которые впервые появляются в языке и до определенного периода не бывают известны ни одному языковому стилю”)[2]. Со временем значение понятия „неологизм” расширяется.

А. А. Брагина, рассматривая особенности неологизмов, замечает: „Новые реалии и новые явления требуют наименований.

Так возникают обусловленные внешними (неязыковыми) причинами слова. Но было бы неверно понимать неологизмы только как слова абсолютно новые, и только такие слова отмечать и анализировать. Картина лексического развития была бы при таком подходе очень неполной и обедненной. Новая лексика формируется и путем переосмысления старых слов, и путем новых словосочетаний, и путем новых комбинаций старых морфем и частей слов”³

По-разному трактуется в научной лингвистической литературе также понятие „семантический неологизм”. Некоторые ученые (Н. З. Котелова, Э. В. Кузнецова, В. В. Петров и др.) выделяют семантические неологизмы в особый разряд.

Например, Н. З. Котелова замечает: „Понятие неологизма, согласно внутренней форме и этимологии этого термина, относится к единице лексики, слову. Закономерно оно охватывает и новое значение слова (лексико-семантический вариант слова), также являющееся лексическим новообразованием; иногда его называют семантический неологизм” [4]

Другие исследователи не считают семантические неологизмы

неологизмами в собственном смысле этого термина. Е. В. Сенько считает, что „представляется логичным закрепить термин „неологизм” только за материально новыми лексическими единицами”. Видообразующими признаками неологизмов, по мнению ученого, являются узуальность, словный характер, общелитературное употребление, временная маркированность. В связи с этим, так как семантические трансформации уже известных языку слов не являются подлинно новыми, представляется нецелесообразным включать их в состав неологизмов. [5]

Похожую точку зрения разделяет Е. В. Розен. Ученый определяет термином „неологизм” только узуальные словарные единицы и подразделяет неологизмы на собственно неологизмы (слова, впервые зафиксированные в языке) и новообразования (слова, составленные из известных слов и аффиксов в новых комбинациях). Для обозначения других лексико-семантических новшеств Е. В. Розен предлагает использовать термин лексические инновации: „Все лексические новшества – новые словарные единицы, новые фразеологизмы, новые значения и новые варианты словоупотребления могут быть обозначены одним термином – лексические инновации. Это обобщающее понятие, в котором можно выделить неологизмы как узуальные словарные единицы”[6].

Интересную точку зрения представляет О. В. Загоровская. Ученая предлагает классификацию, в которой разделяет лексические инновации на сильные (абсолютные) и слабые (относительные).

Сильные лексические инновации (собственно неологизмы) – это принципиально новые для языка лексемы, которые отличаются свежестью и новизной формы.

В состав сильных инноваций входят неологизмы-заимствования и морфологические неологизмы (создаваемые на базе морфологических ресурсов данного языка).

Слабые лексические инновации – это известные данному языку словесные единицы, новизна которых определяется изменениями того или иного аспекта их плана содержания.

К слабым лексическим инновациям ученая причисляет собственно семантические (которые характеризуются изменениями в семантической структуре слова в целом или изменениями в содержании составляющих отдельного значения словесного знака) и функционально-семантические инновации (связанные с изменениями в содержании функционально-семантического компонента лексической семантики, несущего информацию о речевом употреблении и отражающего изменения в характере его функционирования: смене или расширении сферы употребления слова, процессами актуализации и пассивизации определенных тематических групп слов, увеличением пласта общеупотребительной лексики за счет лексики ограниченного употребления, формирования общенационального сленга и др.) [7]

Мы понимаем под „семантическим неологизмом” новое значение известного прежде словесного знака, придерживаясь мнения Т. Л. Мистюк, которая считает, что „семантический неологизм – новый ЛСВ слова в начале его функционирования в языке. Это слово, звуковая оболочка которого является „старой”, а содержание – новым. Данная лексическая единица отличается некоторой регулярностью употребления, воспроизводимостью” [8].

Говоря о семантических неологизмах, следует отметить, что в научной литературе нет также однозначного решения проблемы механизмов возникновения новых значений словесных знаков. Ученые отмечают, что в большинстве случаев процесс образования семантических неологизмов заключается в переосмыслении слов, использовании уже имеющихся в языке лексических средств для обозначения новых для них явлений

и понятий действительности, т.е. производные значения словесных единиц образуются путем внутрисловной семантической деривации[9]. Наиболее признанными являются следующие типы основных семантических изменений: специализация („сужение значения”), расширение („генерализация значения”), смещение значения („семантический сдвиг”), семантические переносы (функциональный, метафорический и метонимический)[10].

Однако семантические неологизмы могут появляться не только в результате семантической деривации. Н. С. Никитченко разделяет случаи появления новых значений слов не за счет внутрисловной семантической деривации на три группы: 1) новые значения, появившиеся морфологическим путем и имеющие со старым значением слова общую производящую базу или разные производящие базы; 2) новые значения, появившиеся семантико-морфологическим путем; 3) новые значения, появившиеся за счет заимствования [11]. Н.В. Черникова подчеркивает, что значения, образовавшиеся этими способами, не связаны отношениями семантической мотивированности с исходным значением слова. Они входят в структуру многозначного слова или вступают в омонимичные отношения с уже существующим значением (или значениями) на основе присоединения, которое носит более или менее механический характер[12].

Возникновение новых значений слов, соотносимых с обозначением понятий и явлений общественно-политической жизни, на основе действия механизма внесловной деривации является в современном русском языке довольно частотным.

Анализ собранного материал показал, что основной отличительной чертой семантических неологизмов, образованных морфологическим образом, является наличие опосредованной семантической связи нового значения с другими значениями лексической единицы.

Исследование лексического материала показало, что среди лексики, использованной в современном русском политическом дискурсе, можно выделить три группы семантических неологизмов, образованных в результате морфологической деривации.

Первую группу составляют семантические неологизмы, представляющие собой новое значение лексической единицы, в семантической структуре которой старое и новое значения образуются на базе одного и того же значения.

Примерами семантических неологизмов, принадлежащих к данной группе, являются лексемы „аграрий” и „аграрник”.

Значения обеих лексем мотивированы значением прилагательного „аграрный” („1. Относящийся к землевладению; 2. Характеризующийся преобладанием сельскохозяйственного производства над промышленностью” [13].

Кроме значений „1. Крупный землевладелец; помещик; 2. Специалист по сельскому хозяйству”¹⁴ („аграрий”) и „Специалист по аграрному вопросу”¹⁵ („аграрник”) у обеих лексем в последнее время появилось значение „представитель Аграрной партии” [16].

Если в предыдущие годы перед выборами было совершенно неясно, какие депутатские группы появятся в парламенте, то сейчас с уверенностью можно назвать несколько таких групп: прежде всего представители Народной партии, „Регионов России” и аграрники [17].

Селекционная работа на партийном поле продолжает давать плоды: на этот раз об объединении договорились „Единая Россия” и Аграрная... О том, что последняя после череды поражений на выборах стала „девицей на выданье”, говорили давно. Ещё год назад за АПР сватали „Справедливую Россию”, однако нашёлся более богатый „жених”. Впрочем, сенсацией этот

партийный брак не назовёшь – в прежней Госдуме лидер аграриев В. Плотников состоял во фракции „единороссов [19].

Позиции противников Лапшина, лидера думских аграрников Харитонов и экс-министра сельского хозяйства Назарчука были слабы [20].

К данной группе принадлежат также лексемы „афганец”, „чеченец”.

Кроме значений „представитель данного народа, житель данной страны”

(„Афганцы – Народ, основное население Афганистана; представители этого народа; жители этой страны” [21], „Чеченцы – Народ, составляющий основное население чеченской республики Ичкерия; представители этого народа”22).

У этих лексических единиц развилось также значение „солдаты, принимающие участие в военных действиях на данной территории”.

Похожий процесс произошел также в случае лексемы „чернобылец” („1. Тот, кто пострадал в результате аварии на Чернобыльской атомной электростанции 26 апреля 1986 года. 2. Участник ликвидации последней чернобыльской катастрофы” [23]). Все вышеуказанные единицы образованы по одной модели (основа собственного имени существительного + суффикс -ец), а их новые значения мотивированы топонимами. Приведем примеры их использования в новых значениях:

Если бы было возможно, то я в течение суток собрал бы 10 тыс. профессионалов-„афганцев”, и командирами отделения у меня были бы полковники с 5–6 орденами, но делать этого категорически нельзя, – объясняет политик, воевавший в Афганистане[24].

Вечером 21 мая около 200 активистов – представителей местного Евромайдана, „Правого сектора”, партии „Свобода” и ветеранов-афганцев – пикетировали здание ГУ МВД в Днепропетровской области с требованием отставки начальника областной милиции[25].

Следующую группу составляют семантические неологизмы, представляющие собой новое значение лексической единицы, в семантической структуре которой старое и новое значения образуются на базе разных значений одного производящего слова. Примером такой лексической единицы могут служить лексема „аппаратчик”. Ее производящей базой является существительное „аппарат”, имеющее несколько значений: „1. Прибор, устройство для выполнения какой-л. определенной работы. 2. Физиол. Совокупность органов, выполняющих какую-л. функцию организма. 3. Совокупность учреждений, обслуживающих какую-л. область управления или хозяйства. 4. Совокупность сотрудников учреждения, организации, какой-л. области управления; штат. 5. Примечания, указатели и другие вспомогательные сведения или материалы к изданию”[31].

На основе первого значения данного слова возникает суффиксальным способом главное значение лексемы „аппаратчик” („рабочий, обслуживающий аппаратуру”. Однако, в политическом дискурсе развивается другое значение данного существительного:

„работник аппарата”, которое возникло на базе третьего значения слова „аппарат” („совокупность учреждений, обслуживающих какую-л. область управления или хозяйства”). Приведем примеры использования данной лексической единицы в этом значении:

Так, в Госдуме сначала идет распределение среди депутатов, а потом уже попытаться отдохнуть на родине со скидкой могут рядовые аппаратчики[34].

Пока пермские аппаратчики увлечены кабинетными перестановками, глава Вологды Е. Шулепов, мастер спорта по биатлону, решил отправить своих подчинённых сдавать нормы ГТО [35].

Уход Левичева с поста формального лидера партии после провала в Москве неизбежен”, – заявляет „МК” президент Агентства политических и

экономических коммуникаций Дмитрий Орлов. Опытный аппаратчик, Левичев не намерен сдавать позиции [40].

Таким же образом происходит развитие значения прилагательного „аппаратный”, которое очень часто используется в политическом дискурсе.

Данное прилагательное активно употребляется также в словосочетаниях типа „аппаратная борьба”, „аппаратные игры”, „аппаратные перестановки”, „аппаратные воины”, „аппаратные интриги” и др. Приведем примеры:

Тогда, в 1990-х, на широкую ногу были поставлены аппаратные интриги, лоббизм, раздача министерских портфелей, перераспределение лакомых активов [41].

Президент негативно высказался об „аппаратных интригах”. „К сожалению, некоторые региональные отделения как „Единой России”, так и других партий, давайте быть откровенными, этим грешат все партийные структуры, показывают подчас признак такой отсталости, сводя политическую деятельность лишь к аппаратным интригам, к играм”, – заявил Медведев, пишет РИА Новости [12].

Гендиректор Агентства политических и экономических коммуникаций Дмитрий Орлов предполагает, что отношения бывшего министра финансов и партии власти с самого начала были сложными не из-за аппаратных интриг, а по причине разного подхода к развитию экономики страны [43].

Причины отставки бывшего „серого кардинала”, который изначально пользовался большим доверием со стороны губернатора Сергея Жвачкина, почти нигде не озвучивались.

Есть политическая борьба, есть аппаратные игры, партии друг друга грызут, журналисты ищут компромат, исполнительная власть лавирует и собирает альянсы как может, но в целом все по-человечески, у каждого

игрока есть содержательная позиция, цели и ценности не пустой звук, и политика не угрожает свалиться в хаос на каждом шаге[45].

Однако избирателей партии не волнуют внутрипартийные перестановки и аппаратные игры[46].

Если „Справедливая Россия” готова расстаться с таким „медийным активом”, то, получается, для партии аппаратные договорённости важнее публичной борьбы за избирателя? [48].

Следующим примером лексической единицы, принадлежащей к данной группе, может служить лексема „властный”.

Значение данного прилагательного (кроме значений: „склонный повелевать, подчинять себе”, „способный оказывать воздействие на кого-, что-л., распоряжаться, управлять кем-, чем-л.”⁵⁰), которое актуализируется в политическом дискурсе („относящийся к власти как органам государственного и местного управления”⁵¹), имеет семантическую связь с одним из значений существительного „власть” („органы государственного и местного управления, их права и полномочия, лица, входящие в эти органы, начальство, администрация” [53]), являющегося производной основой для него.

Приведем примеры использования данной лексической единицы в таком значении:

Также он отметил, что после утверждения плана и внесения изменений в Конституцию страны, должны быть проведены досрочные выборы в Донецке и Луганске для того, чтобы „община могла сформировать своих представителей и, таким образом, дать им властные полномочия” [53].

Речь шла о том, чтобы украинские власти закрепили в Конституции внеблоковый статус этого государства, обеспечили федерализацию с тем, чтобы больше властных полномочий было передано в регионы, и закрепили в Конституции статус русского языка как второго государственного [54].

Он также отметил, что у секретаря в общественной организации нет никаких властных полномочий по отношению к членам палаты [55].

К примеру, представители властных структур сочли излишним портретный показ рядовых солдат и матросов, а также предложили заменить фигуру Петра Нахимова на главнокомандующего Крымской армией князя Горчакова [56].

В этом году „черта бедности”, отделяющая топ-100 от прочей властной элиты, начинается с 79,5 млн.

Последнюю группу составляют семантические неологизмы, использующиеся в политическом дискурсе, в семантической структуре которых старое и новое значения образуются на основе разных производящих баз.

Примером такой лексической единицы может служить лексема „отказник”.

Значения этого существительного, фиксированные в словарях, – это:
„1. Лицо, которому отказано в выезде из страны по каким-л. причинам.
2. Тот, кто отказывается от службы в вооруженных силах страны в силу политических, религиозных и т.п. убеждений. 3. Ребенок, от которого отказались родители” [63]. Значения данного слова восходят к значению глаголов „отказать” („ответить отрицательно на просьбу, требование или какое-л. предложение”) или „отказаться” („выразить свое несогласие, нежелание делать что-л.”, „перестать признавать связь, родство с кем-л., отречься” [64]).

Лексема „отказник” довольно часто используется в политическом дискурсе для обозначения кандидатов в Госдуму, которые отказались от мандата, кандидатов на какой-то пост, которые отозвали свои кандидатуры, избирателей, которые отказались принять участие в выборах, или членов какой-то партии, которые решили приостановить в ней свое членство. Приведем примеры:

На сегодняшний же день из 19 изначальных претендентов на кресло градоначальника осталось 11. Практически все „отказники” не были на слуху в Новочеркасске, большинство из них вообще иногородцы, и отсутствие их фамилий в избирательном бюллетене не вызовет у новочеркасцев больших сожалений [65].

Отказавшись от мандата сразу после выборов, такие кандидаты остаются кандидатами на весь срок полномочий парламента и могут стать депутатами, заняв освободившееся кресло. Никаких штрафных санкций за таких „отказников” для партий (вроде „мандат „паровоза “передается другим партиям”) по-прежнему не предусматривается... [66].

Один из „отказников” Осташковского района решил отстаивать свое право баллотироваться в суде: им подано заявление об оспаривании решения территориальной избирательной комиссии [68].

Одна из главных причин в том, что в республике – до 30% отказников, которые могут вообще не прийти к урнам [69].

Другим примером может служить лексема „меньшевик”. Между старым и новым значением этой лексической единицы выступает опосредованная семантическая связь. Производящей базой для данного слова в значении „сторонник меньшевизма, член меньшевистской партии” [72] является существительное „меньшевизм”. В последнее время лексема „меньшевики” используется в политическом дискурсе в значении „партии, оппозиционные большин доминирующим партиям; депутаты, члены этих партий”. Производящей базой для этого слова в таком значении является наречие „меньше”.

Приведем примеры:

Доминирующая в Госдуме фракция „Единой России” поддержала в первом чтении проект главного финансового документа страны на будущий год. В то же время еще недавно бастовавшие „меньшевики” – фракции

КПРФ, ЛДПР и „Справедливой России” – подвергли критике „кудринский” бюджет-2010 и проголосовали против него [73].

Лидер „Справедливой России” – спикер Совета федерации Сергей Миронов назвал в среду государственную пенсионную реформу „людоедством” и предложил свою. Но, как выяснилось, главное, что для ее реализации „эсерам” надо, – это закон об оппозиции, который дал бы партиям-„меньшевикам” дополнительные права [75].

Меньшевики предлагали просто увеличить общее количество депутатов.

Таким образом, следует подчеркнуть, что в современном русском политическом дискурсе все время происходят очень активные процессы, причиной которых в значительной степени являются экстралингвистические факторы (преобразования государственно-правовой и социально-экономической систем). Самые большие изменения коснулись лексики.

2.2. Практическое применение новаций экономической лексики в текстах

В последние 20–30 лет в русском языке активно происходят процессы устаревания слов и пополнения лексического запаса новыми словами иностранного происхождения. Активнее всего в лексику вошли слова, имеющие принципиально новое значение, аналогов которым нет в русском языке.

В основном это сфера политики, экономики, технологий. В последнее десятилетие XX века в русский язык активно влились новые слова, отражающие экономические и политические преобразования: акционирование (выпуск предприятием акций и их продажа, превращение в

акционерное общество), гиперинфляция (быстрорастущая инфляция, угрожающая крахом экономики) и т.д.

Неологизмы могут представлять собой отдельные слова (видеокассета, банкомат, бартер) или словосочетания (НЛО – неопознанный летающий объект или летающая тарелка, черта бедности – уровень материального благосостояния народа) и т.д. Данные неологизмы называются лексическими.

Существуют еще фразеологические неологизмы, представляющие собой новые устойчивые словосочетания, например, вешать лапшу на уши – вводить в заблуждение кого-либо, включить печатный станок – начать дополнительно печатать бумажные деньги, не обеспеченные товарным производством.

Неологизмы, представляющие собой слова, составные термины и фразеологизмы, называются в целом лексико- фразеологическими [2].

По назначению неологизмы можно разделить на четыре группы.

Первую группу составляют неологизмы, которые появляются для обозначения явлений, которых раньше не было, например, грант – форма государственного финансирования научных исследований, венчурный – связанный с финансированием новых проектов.

Ко второй группе относятся неологизмы, которые созданы для обозначения уже имеющихя явлений, не получивших названий по каким-либо причинам. Например, возвращенец – человек, добровольно вернувшийся из эмиграции, внесудебный – находящийся за пределами судебной власти.

Третья группа состоит из неологизмов, обозначающих несуществующие, но прогнозируемые явления, например, космолет – космический самолет, ядерная зима – погодные условия после ядерного взрыва.

В четвертую группу входят слова, обозначающие уже имеющиеся слова. Например, судьбоносный – исторический, державник – государственник.

Сфера употребления неологизмов чаще всего межстилевая, т.е. они употребляются в различных стилях речи (йогурт, межбанковский, имидж).

Однако многие слова употребляются только в одном стиле: научном (озоновая дыра, клонирование); публицистическом (интегратор, откат); деловом (дилер, олигополия, акции); разговорном (накрутка, невезуха).

Какая-то часть неологизмов имеет свою сферу употребления:

– экономические (депозит, консалтинг, маркетинг);

– информационные (картридж, драйвер);

– политические (инаугурация);

– в массовой культуре (панк, попса, клип);

– спортивные (хет-трик, кикбоксинг);

– религиозные (исламизация, иеговизм). По стилистической окраске неологизмы в большинстве своем стилистически нейтральны (наркомафия, национал-большевик, недемократичный, неконвертируемость, однопартийность). Однако часть новых лексических единиц имеет оттенок сниженности или приподнятости.

К первым относятся просторечные единицы (сбацать – исполнить музыкальное произведение), жаргонизмы (качалка – тренажерный зал для занятий бодибилдингом, качок – человек с сильно развитой («накачанной») мускулатурой).

Ко вторым принадлежат неологизмы, имеющие оттенок книжности (инвектива – ругательство, истеблишмент – совокупность общественных организаций, групп, обладающих властью), официальности (малоимущие – малообеспеченные, бомж – без определенного места жительства).

Лексические единицы, имеющие оценочные и эмоциональные свойства, могут выражать пренебрежение (коммуняка – коммунист), неодобрение (пирамидчик, популист, сексот), иронию (демократизатор – кто-то или что-то, способствующее демократизации общества, отсидент – политический заключенный, политтусовка).

Большинство неологизмов образовано на основе слов русского языка разными способами.

Таким способами являются:

- суффиксальный (дилер – дилерский, доллар – долларизация);
- префиксальный (бюрократия – дебюрократизация, коммунистический – посткоммунистический);
- суффиксально-префиксальный (перестройка – доперестроечный, путч – постпутчевый);
- бессуффиксальный (неформальный – неформал, межрегиональный – межрегионал);
- сложение (закон плюс творить – законотворчество, популярная звезда – поп- звезда).

Другая группа – заимствования из социальных диалектов – жаргонизмы, многие из которых проникают из разговорной речи. Это могут быть слова из жаргонов различных социальных групп: молодежи (пофигизм – безучастное, равнодушное отношение к людям, прикольно – забавно), военнослужащих (деды, дикие гуси, салабон), музыкантов (сейшн – музыкальная вечеринка, неофициальный концерт современной рок-, поп- или джазовой музыки, раскрутка – система мероприятий, имеющих целью широко рекламировать исполнителей эстрадных номеров), преступного мира (лепила – врач, медработник).

Многочисленные экономические и финансовые термины английского происхождения перешли в активный словарный запас русского языка.

Например, брокер, дилер, дистрибьютор, инвестиция, маркетинг, фьючерсные кредиты и т.п.

Многие из них заимствованы давно, но были в ходу преимущественно среди специалистов. Однако по мере того как явления, обозначаемые этими терминами, становятся актуальными для всего общества, узкоспециальная терминология выходит за пределы профессиональной среды и начинает употребляться в СМИ, в публичной речи политиков и бизнесменов [1].

Большое количество неологизмов появляется в сфере менеджмента и маркетинга; это такие неологизмы, как *brandstorming* (брэндшторминг – выбор нового названия или новой стратегии в отношении товара), *to kitchen-sink* (разглашение информации о плохом состоянии компании) и др.

В последнее время новые экономические слова заимствуются из иностранных языков с помощью калькирования. Способы заимствования могут быть разными: – полностью заимствованное слово (постер, шейкер); – замена сложного словосочетания одним словом, например, риелтор вместо специалиста по аренде и продаже недвижимости; – мода на иностранные слова (вместо слова «охранник» – секьюрити).

Разные лингвисты относятся к процессу заимствования новых слов по-разному. Одни считают, что это ведет к засорению русского языка, другие полагают, что русский язык исчезнет с большим появлением новых слов, третьи – что в этом ничего плохого нет, и русский язык сам со временем избавится от ненужных и лишних слов.

Молодое поколение положительно относится к появлению неологизмов, более старшее поколение хуже относится к иноязычным словам.

Люди с высоким уровнем образования относятся к неологизмам как к нормальному процессу развития языка и легче вводят их в речь. Гуманитарии труднее принимают новые слова, чем представители технических профессий.

Это связано как раз с тем, что в технической сфере новые слова возникают постоянно, в т.ч. вводятся новые иностранные обороты.

Это специфика сферы, где аналогов слов просто нет. Возникновение неологизмов, с одной стороны, – процесс закономерный.

С развитием экономической, политической и культурной сфер появляются новые слова. Чаще всего они заимствуются из языков с более развитыми вышеперечисленными сферами. Язык тоже должен развиваться – какие-то слова устаревают и выходят из оборота, а какие-то их заменяют.

С другой стороны, заимствуя слова из других стран и культур, используя их сначала в узких сферах, а потом в широкой речи, мы теряем индивидуальность языка, его самобытность. Было бы логично не использовать неологизмы там, где есть аналог на русском языке.

Большинство экономических неологизмов, вошедших в русский язык, нужны не собственно ученым, а публицистам, которым приходится описывать сложные экономические процессы в одном-двух абзацах, а иногда и в одном-двух предложениях.

Авторами неологизмов зачастую также являются политические обозреватели, которые употребляют хлесткие словечки в своих регулярных обзорах. Для них подобного рода творчество – еще и пиар-ход: например, инвестбанк Goldman Sachs был все 2000-е годы на слуху не только из-за своих сделок и финансовых показателей, но и из-за того, что именно его аналитики придумали аббревиатуру БРИК (Бразилия, Россия, Индия, Китай) [2].

В России экономисты не отличаются особой тягой к словообразованию, да и русский язык, в отличие от английского, к неологизмам относится с подозрением.

Разговоры отдельных защитников русского языка о слишком большом количестве заимствований, мягко говоря, необоснованны. Дело в том, что

заимствование – один из самых продуктивных способов пополнения лексики языка, и нет ничего плохого в том, что в современном русском языке так много новых слов английского происхождения.

Можно создавать неологизмы с помощью русских морфем (например, в исландском языке новые слова образуются посредством исландских же морфем; заимствований в исландском языке очень мало), но вряд ли процесс образования новых слов можно эффективно контролировать.

В прессе новые слова выполняют ту же функцию, что и в языке в целом. Они обозначают новые явления и иногда служат для придания образности журналистскому тексту.

Часто процесс заимствования в современном русском языке (использование новых заимствованных иностранных слов, не вошедших в русский язык) определяется: – незнанием соответствующих русских слов (как будто это перевод на русский иноязычной фразы роботом, который не знает всех слов русского языка и оставляет исходное слово – адвертайзинг, бэкграунд, камбэк); – нежеланием сделать текст понятным для целевой аудитории из-за снобизма или лени – хедлайнер, паттерн; – желанием скрыть за красивым словом сомнительный или не очень нужный товар или услугу – секонд-хенд, айдентика; – желанием сказать «оригинально» или показать себя «в теме» – афтершок, маржа, известный хедхантер, с которым я френжусь на фэйсбуке.

К таким проявлениям «заимствований» стоит привлечь внимание, чтобы мы реже к таким «заимствованиям» обращались.

Рассмотрим неологизмы, появление которых обосновано и не обосновано. Обосновано появление новых слов по внутрилингвистическим причинам, то есть в русском языке нет слова-эквивалента, которое может обозначать данный предмет или понятие (либо одно слово заменяет словарный оборот).

Например, HR-менеджмент (от англ. HR – human resources – человеческие ресурсы; management – управление, руководство, умение владеть) – сфера менеджмента, отвечающая за управление кадровыми ресурсами предприятия.

Первая часть слова употребляется также с другими словами: HR-директор, HR-отдел. Использование данного неологизма обосновано и его ничем заменить.

Принятое в русском языке словосочетание «отдел кадров» не включает весь смысл данного слова, поскольку отдел кадров – это структурная часть HR-менеджмента, которая отвечает за кадровое делопроизводство. Данное понятие более широкое.

Бренд (от англ. brand – фабричная марка, клеймо) – торговая марка, по которой покупатель узнаёт производителя данного товара.

В данном случае русский аналог – это целое словосочетание. Неологизм его заменяет, что упрощает речь и понимание.

Много слов, заимствованных из иностранных (чаще английского) языков, не приносят большой пользы для понимания русской речи.

Приведем несколько примеров. Кофе-брейк (от англ. coffee break – перерыв на кофе) – короткий перерыв во время мероприятия на прием пищи. Кофе-брейк подразумевает фуршетный стол, без мест, где участники общаются неформально и самостоятельно наливают чай или кофе.

Проще сказать по-русски «перерыв на кофе» или «перерыв на чай» или «чайная пауза». Иногда слово пишется кириллицей, что делает его совсем стилистически неподходящим: «... с перерывами на кофе-брейк и обед».

Ресепшн (от англ. reception, фр. reception, нем. Rezeption) – слово с основным значением «приём», «приемная».

В современном понимании ресепшн – это стойка администратора, куда может обратиться клиент за первичной информацией. Изначально слово

использовалось в гостиничном бизнесе, но потом перешло и в парикмахерские и рестораны. До перестройки это слово обозначали в гостиницах «администрацией», а в поликлиниках – «регистратурой». На предприятиях это называлось «приемная». Необходимости в новом слове не было, и сейчас тоже нет.

Коуч (от англ. coach) – тренер. Производное от этого слова используется в одном из направлений бизнеса – коучинге [4], но вот в спортивной сфере зачем привычное, ставшее стопроцентно русским слово «тренер» заменять «коучем»? Продакт плейсмент (от англ. размещение продукции) по-русски означает «скрытая реклама». Термин «скрытая реклама» более уместен, понятен, и следует пользоваться этим термином [4].

Вендинг (от англ. vending) – это продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем (торговых автоматов). В таком употреблении этот термин, хоть и узкоспециальный, короче, чем «продажа через торговые автоматы», но вот «вендинговый аппарат» – это просто «торговый автомат» [4].

Мерчендайзер (от англ. merchandiser – товаровед) – человек, представляющий компанию в торговых сетях, чаще всего в супер- и гипермаркетах. Он отвечает за выкладку товара, установку сопутствующего необходимого оборудования. Основная задача – контроль наличия всего ассортимента компании на полках магазина и расположение его в наиболее благоприятных для покупки местах. Можно сказать, «торговый представитель» или «раскладчик товара», в зависимости от контекста [4].

Таким образом, в русском языке появилось много слов, которые не имеют какой-либо полезной функции и которым есть вполне понятные аналоги в русском языке. Однако мода на неологизмы, начавшаяся еще в конце 80-х гг. XX века, не проходит.

2. 3. Сравнительный анализ новаций лексики экономических текстов конца 20 - начала 21 века

Из употребления уходят целые пласты лексики, обозначающие экономические отношения при социализме: колхоз, совхоз, кооперация труда, соцсоревнование, сверхплановый. Возвращаются к активной жизни слова, бывшие в глубинных запасниках языка, которые получили переоценку: капитализм, предприниматель, бизнес, фирма, коммерсант, торги, коммивояжер - раньше воспринимавшиеся в советском обществе со знаком минус, теперь же они получили прямо противоположную оценку.

Но в связи с идейной и материальной дифференциальной общества одни и те же слова приобретают для разных групп людей разные оценочные коннотации. Здесь действуют глубинные процессы в обществе - социальное расслоение общества по имущественному принципу.

Создается новая фразеология: новые русские, шоковая терапия, теневая экономика, отмывание денег, потребительская корзина, размер минимальной зарплаты. Новым в таких клише является именно сочетание слов, а не слова как таковые.

Каждое время имеет некоторый набор слов, которые, в силу сложившихся обстоятельств, становятся модными, широко и разнообразно употребляемыми. Это своеобразные "знаковые" слова эпохи. Большую роль в их распространении играют СМИ, создавая речевую среду, в которой задаются эталоны нормы.

Слово "обвал" (с прямым значением "оползень") приобрело переносное значение и стало употребляться при обозначении экономических явлений: обвальная приватизация, обвальная фермеризация, обвальное падение рубля.

Лексические процессы, как правило, сопровождаются трансформацией в семантике слова, его сочетаемости, а также в его стилистической

переориентации. Наряду с этим известны благодаря своей широкой употребительности и заново созданные слова: комки (комиссионные палатки), наезд (рэкет), в улет ("моментально" - товар уходит в улет).

Экономические процессы последних лет обусловили многие языковые преобразования. Активнее всего новые формы общественных отношений проявились в разнообразных семантических изменениях.

Слово "застой" как термин, обозначающий "время замедленного развития экономики", также оторвалось от своего первичного употребления (застой в крови, застойные явления в легких) и переместилось в сферу экономической жизни.

К семантическим процессам в лексике относится и процесс деполитизации и деидеологизации некоторых групп слов. Происходит освобождение семантики слов от политической и идеологической коннотации слова: бизнес, коммерсант, предприниматель, частник утратил идеологические приращения негативного плана. Они обычно снабжались ранее комментарием, относящим данные понятия к жизни капиталистического общества.

Ныне нейтральное слово, отражающее современную реальность, предприниматель в ранних изданиях Словаря С.И.Ожегова, Н.Ю. Шведовой (в частности в 1975г.) определялось так:

- 1) капиталист, владеющий предприятием;
- 2) предприимчивый человек, делец.

А делец в свою очередь получал дефиницию: человек, который ловко ведет свои дела, не стесняясь в средствах для достижения своекорыстных целей.

Вот выписки из последнего издания словаря С.И.Ожегова, Н.Ю. Шведовой (1998г.): предприниматель:

- 1) владелец предприятия, фирмы, а также вообще деятель в экономической, финансовой среде

2) предприимчивый и практичный человек.

А вот значение слова "делец" в новой формулировке - человек, который успешно (иногда не стесняясь в средствах) ведет дела (биржевые дельцы, темные дельцы). Как видим, слово "делец", сохранившее негативную оценку, правда, несколько смягченную, заменено на нейтральное. Среди семантических процессов в лексике особо стоит вопрос об изменении значений; переосмыслении слов.

Изменения в значении слов происходит в речи, которая основывается на отборе и сочетании языковых единиц. Отбор определяется парадигматическими отношениями данных языковых единиц, сочетании их - синтагматическими отношениями.

Дифференциация значений внутри синонимических рядов слов, вызванная определенным давлением одних из членов этих рядов на другие, наглядна в случае заимствований, когда между синонимическими единицами происходит своеобразная "перераспределение смысла", вызванное появлением новых синонимов:

девальвация – обесценивание

оферент - предлагатель

гарант - поручитель

инвестор - вкладчик

контракт - договор - соглашение.

Другой процесс, связанный с речевым общением, с сочетанием слов находит выражение в тексте. В устойчивых контекстах иногда формируется новое значение слова, которое затем как бы вычленяется из словосочетания и закрепляется за словом как таковым.

Таким образом, постоянная или частое употребление слова в определенных сочетаниях, в определенных речевых контекстах может отразиться в на его значении:

банк - ипотека

банк – дилер

банк - эмитент

банк – гарант

банк - акцептант (банк, принявший на себя обязательство уплатить по представленному векселю, счету);

бизнес – трест

бизнес - центр

бизнес - шоу

бизнес - клуб

Здесь слово "бизнес" приобретает черты аналитического прилагательного.

Словообразование в высшей степени подвижно, в его системе заложены большие потенции, реализация которых практически не ограничена. Словообразование тесно связано с фонологией, морфологией, синтаксисом.

Язык экономики, как и язык любой другой терминологической сферы, не располагает какими-то особыми приемами образования терминов. Используются способы словообразования, характерные для всего литературного языка.

Способы словообразования, типы и формальные словообразовательные средства (суффиксы) черпаются в самой словообразовательной системе, собственно новыми оказываются только номинации, единицы наименования.

В этих процессах активно обнаруживается связь лексического уровня языка и грамматического, словообразовательного. Можно наблюдать расширение словообразовательных моделей, произведенных от слов в новых значениях.

Если взять хотя бы слово "челнок", то получим следующую картину: челнок в значении "деталь ткацкого станка" дает только одно звено в

словообразовательной цепочке - челночный; новое значение слова "челнок" (перекупщик) в современной просторечии значительно увеличивает цепочку, расширяя словообразовательные возможности данной мотивирующей основы: челночник, челночница, челночиха, сочелночники, почелночить, да и сочетательные возможности прилагательного "челночный" тоже расширяются:

челночный бизнес,
челночный маршрут,
челночная операция,
челночные перевозки,

Слово "банк" породило целую словообразовательную парадигму.

В качестве словообразовательного новшества можно признать и повышение продуктивности тех или иных словообразовательных моделей, что, безусловно, вызвано причинами социального плана.

Интенсивная эксплуатация отдельных словообразовательных моделей в современной периодической печати - явление бесспорное. Элемент языковой моды здесь очевиден. Например, малоупотребительный в прошлом суффикс *ант* при образовании лица стал активным:

Или, например, расширяется круг бессуффиксных образований:

Нал
безнал
евро
опт
навар
зелень (доллары).

Данная словообразовательная модель проникает в общеупотребительный словарь, правда, чаще на уровне просторечия. Вполне понятно, что не сразу, но очень скоро цены поведут вслед за "евро".

Современные СМИ оказались средоточием тех процессов, которые происходят в русском языке, в том числе в его словообразовании. Более того, именно газета, резко изменившая свой облик и направленность, стимулирует эти процессы. И хотя способы, типы и средства в принципе остаются прежними, активно изменяется характер наименований, которые образуются с помощью этих способов и средств. В известные словообразовательные типы вмещивается весь главный и новый лексический материал.

Характерно и то, что функционально этой материал значительно расширился - используются единицы, находящиеся на границе литературного языка (разговорный, литературный язык), и единицы, выходящие далеко за пределы литературного языка (просторечие, жаргоны).

По мнению Земской Е.А., внимание к ключевым словам определенного времени важно при изучении активных процессов словообразования, так как они широко используются как базовые основы, рождая новые группы однокоренных слов.

Активность ключевых слов влияет не только на их словообразовательный потенциал, но и на их связи с другими словами, актуализируя те или иные отношения между словами в лексической системе языка.

Ключевыми словами следует считать слова, обозначающие явления и понятия, находящиеся в фокусе социального влияния. К ключевым словам нашей эпохи относятся и высокочастотные имена собственные и имена нарицательные. Последние подразделяются на 2 вида:

- 1) Слова, получающие высокую частотность и словообразовательную активность на короткий период времени (месяц, неделя и т.д.). Например: ваучер, ваучеризация, дефолт.
- 2) Слова активные, высокочастотные длительное время (год и более); они более показательны в экономике при переходе на рыночные отношения, так

как называют явления, характеризующие их более глубоко. Например: инфляция, стагнация.

Так для конца XX века и начала XXI века ключевыми являются многие слова, относящиеся к сфере экономики (рынок, приватизация, лобби, инфляция), некоторые имена собственные (Павлов, Гайдар, Чубайс, Починок), а также многие жаргонизмы (баксы, нал, наличка).

Приведем пример, сравнивая слова "рынок" и "базар", близкие по своему значению - "место торговли". У этих слов есть и другие значения: "базар" - крики, шум (разг.); рынок - 2. Шумный спор, галдеж (простор. Пренебр.); 3. Сфера товарного обращения, товарооборота (экон.).

В связи с изменениями в экономике у слова рынок актуализируются экономические значения, при этом первое значение сохраняет свою употребительность.

Таким образом, слова "рынок" и "базар" в результате актуализации 3-го значения как бы раздваиваются. Сравним газетные заголовки: "Рынок накануне рынка" (Л.Г., от 13.06.2001); "Школа и рынок" (Первое сентября, 14.08.200). Экономическому понятию приходится защищаться от рынка (первое значение) и базара. Журналисты намеренно сталкивают эти два слова: "Рынок - это вам не базар" (Правда, от 11.09.2000). Таким образом, изменения в социально-экономических явлениях действительности влияют на характер оппозиции слов "рынок" и "базар".

Словообразовательный потенциал слова "рынок" возрастает. Оно порождает слова

псевдорынок;

недорынок;

квазирынок;

рыночник (сторонник рыночной экономики, а не тот, кто торгует на рынке);

антирыночник;

псевдорыночник;
рыночный;
антирыночный.

Из коллекции Т.В. Шмелевой можно добавить: безрыночный, ультрарыночный, наречие - рыночно (22,35): "При антирыночнике Рыжкове предпринимателю было легче" (Сегодня, от 27.11.2003) "В составе кабинета пока остаются министры-рыночники, прошедшие хорошую школу в период слома старой и становление новой экономике в России (Известия, 20.01.2002).

Существительное "лобби" (от англ. Lobby - коридор, кулуары), в начале 90-х приобретает широкую употребительность, перестав быть словом узкоспециальным, применявшимся лишь по отношению к западной действительности. Это слово включается в толковые словари русского языка. Так Большой Экономический словарь дает такое значение: "Действие государственных органов, законодательных, исполнительных, судебных властей, направленные на поддержку отдельных отраслей и сфер экономике регионов, предприятий". Теперь это слово можно встретить почти в каждой газете, звучит оно и в телепередачах. Говорят и пишут об аграрном и военном лобби. Создается целое словарное гнездо:

Вот несколько примеров из газеты "Сегодня" (20.07.2002): "Суть подготовленного законопроекта в том, чтобы отрезать естественные монополии от пуповины министерств, которые их сегодня лоббируют ...", "Единственным компромиссом с лоббистами стало закрепление в законопроекте ...".

В системе словообразования в разные периоды жизни языка словообразовательные типы, да и способы тоже приобретают разную степень активности. Образование слов по ранее продуктивным моделям может о ряду причин затухать, и, наоборот, в активный словообразовательный процесс

могут вовлекаться не продуктивные в прошлом модели. Причинами таких смещений акцентов являются потребности самого языка - недостаточность или избыточность тех или иных образований.

К примеру, при усилении аналитических методов освоение новых фактов действительности увеличивается тяга к отвлеченным, собирательным и абстрактным именам.

Суффиксы -ость, -ство, применяются при создании имен существительных от корней, прежде не допускавших подобные образования:

Образуются глагол и от других классов слов, например от терминов с узкоспециальным значением, в частности слово "тоникс" - специальный индекс цен фондов на токийской фондовой бирже, рассчитывается для опционов и фьючерсов. Приспособленное к русской системе слово оказалось способным образовать русский глагол "тониксовать": "Мы пробуем тониксовать на бирже" (Сегодня, 18.03.2001).

Среди словообразовательных новообразований выделяют неологизмы и потенциальные слова. Неологизмы приобретают характеристику общественно узаконенных номинаций, появившись в определенный период они постоянно воспроизводятся и в конце концов принимаются языковой традицией: бизнес, инфляция, фирма, биржа, концерн.

Эта часть экономических терминов, употреблявшихся в качестве атрибутов капиталистической экономики. В советское время многочисленную группу составляют иноязычные заимствования: менеджмент, консалтинг, дилер, риелтор, тендер, ноу-хау и др.

Потенциальные слова - это нетрадиционные слова, незакрепленные в языке, но возможные слова, появление которых объясняется потребностью в соответствующем наименовании. Так возможно, например, слово "банкомат", когда возникла соответствующая ситуация, готовая модель для осуществления этой потенции уже существовала в языке (автомат).

Усиление личностного начала - характерная черта языка нашего времени. Это находит специфическое выражение в сфере словопроизводства. Не обошло стороной это явление и словопроизводство в экономической терминологии.

В качестве базовых основ в словопроизводство вовлекались собственные имена лиц наших современников, сыгравших заметную роль в сфере экономики. В этом обнаруживается тесная связь языка с современной действительностью. Несколько примеров: "Гайдаровцев шлю на север", "Премьер-министр "гайдаровского" возраста"; "Нередко вспоминают павловские реформы". Окказиональные слова: "окологайдаровские" интеллектуалы (НГ, 22.06.99). По модели: "по + фамилия лица + суффикс (-овск)" и произведены наречия по-гайдаровски, по-черномырдински.

Специфичны для нашего времени произведенные телескопическим способом (им лица + формант номика, сегмент слова "экономика") наименования экономической политики того или иного деятеля: типа рейганомика, клинтономика: "Билл Клинтон покончил с рейганомикой".

Родилось подобное наименование и от фамилии Гайдар: гайдарономика: "Этопичекские схемы гайдарономики" (НГ.23.10.97). Характерна для нашего времени высокая активность отвлеченных существительных на -щина: чубайсовщина, починковщина, - дающих разную отрицательную оценку свойствам или действиям того лица, которое служит базовой основой: "Починковщина пожинает свои плоды" (Изв.21.04.99).

Каламбурно обыгрывает фамилию "главного экономиста" 90-х годов Лобова газета "Сегодня" (14.09.2000), используя в качестве подзаголовка к критической статье о деятельности Лобова медицинский термин "лоботомия" (рассечение лба) "лоботомия экономики ..."; чубаучер (от фамилии Чубайс + [в] аучер).

От имен современных деятелей могут создаваться и предметные наименования. Вот один из примеров: "Весьма печальные последствия имел новый рекламный трюк. В последние несколько дней многие граждане стали находить в своих почтовых ящиках поздравительные открытки от Сергея Мавроди. А кроме них двадцать билетов АО "МММ" в народе именуемые "мавродики" (МК; 25.12.2001).

Значительную часть новообразований составляют имена нарицательные. Земская делит эти существительные на такие разряды наименований:

1) сторонник чего-либо или кого-либо. В экономической терминологии эта группа очень активна: рыночник, бесплатник (именует сторонников бесплатной приватизации), поставщик, заемщик. При наличии однокоренных слов отрицательную оценку обычно выражают номинации суффиксом -щик - антиперестройщик. Ср.: кооператор - кооперативщик, перестроичник - антиперестройщик. "Ведь как вы их называли "бесплатники" выдвигают всем понятный и всеми принятый лозунг: отдать собственность безвозмездно" (Изв., 26.02.99).

2) принадлежность к коллективу или сообществу людей объединяемых по какому-либо признаку: бюджетник, платник, бесплатник, льготник. Слово "бюджетник" приобрело особую активность. Оно обозначает людей, получающих содержание из бюджета - это учителя, медики, научные работники, студенты, пенсионеры и многие другие. Среди студентов различают "бюджетников" и "платников". Вот, например: "все основные занятия "платники" посещают вместе с "бюджетниками" (Сегодня, 16.07.03).

Слово "бесплатник" обозначает как сторонников чего-либо, так и лиц, принадлежащих какому-либо сообществу: это дети, получающие в школе бесплатные завтраки.

3) наименование по профессии типа банкир, аудитор, фермер, брокер, дилер, менеджер. "У нас появился новый сословный класс - банкиры" (Изв. , 18.02.2000). "Аудитор имеет право . . ." (загл. НГ 28.06.02).

4) слова - характеристики. Они обычно с элементами каламбура: прихватизатор (ср. приватизация и прихватить).

Новые социально - значимые процессы в действительности именуется с существительными на - изация, имеющими значения наделения теми или иными свойствами того, что обозначает базовая основа: фермиризация, долларизация, векселизация (долгов), зарплатизация (доходов), бартеризация. Вот некоторые иллюстрации из газет: "Можно ли как-то бороться с долларизацией нашей экономики (АиФ; от №19 2003). "...единство России охнет не выдержать второго за последние несколько лет испытания бартеризации (Изв. 18.09.99). "Минфин отстаивает свою идею векселизации долгов (Сегодня, от 22.04.01).

Слова на -изация обычно включают иноязычные базовые основы. Доказательство высокой продуктивности этого типа - рождение слов этой структуры от русских основ. Такие слова, рублевизация, зарплатизация: "Зарплатизация доходов, т.е. превращение доходов в зарплату" (Известия, 26.02.02), "... рублевизация экономики стран СНГ" (Радио №5 2001). При этом может происходить заменительная префиксация: девальвация - ревальвация, инфляция - дефляция (изъятие из обращения части избыточных денег путем увеличения налогов, продажи государственных ценных бумаг и т.п., как средство борьбы с инфляцией. Сравним также слово из того же парадигматического ряда, созданное способом контаминации: стагфляция = стагнация + инфляция. Кроме суффиксов, уже названных, можно выделить продуктивный суффикс -тель, с помощью которого в основном образуются отглагольные существительные:

Покупатель,

Получатель,
Держатель,
Предъявитель,
Доверитель,
Поручитель,
Потребитель,
Наниматель.

По мнению Китайгородской, в сфере именно словообразования наиболее продуктивными являются префиксы: те -, недо-, пере-, пред-, со-, суб-, под-, ре-: не платеж, не проплата, не акцент, не допоставка, нерезидент, перестрахование, предоплата, совладелец, субаренда, поднайм, реэкспорт, ремарктиг.

Среди способов словообразования аббревиация занимает специфическое место. Этот способ, как отмечает Китайгородская, проявляет высокую продуктивность в экономической терминологии.

Вот наиболее употребительны аббревиатуры:

АО (акционерное общество);
АООТ (акционерное общество открытого типа);
АОЗТ (акционерное общество закрытого типа);
ТНК (транснациональная корпорация);
ЕТТ (единый транзитный тариф);
ВВП (валовой внутренний продукт);
НДС (налог на добавочную стоимость);
ЦБ (Центральный банк).

Прилагательные образуются не так активно, как существительные. Набор признаков пополняется незначительно.

Конец 90-х годов продолжает отмечавшаяся ранее тенденция к активному производству относительных прилагательных. Активность этих

прилагательных объясняется широким использованием их в составе номинаций, нередко имеющих терминологический характер - типа бартерная сделка, институт маркетинговых исследований. Основную часть новых прилагательных составляет субстантивные производные. Как правило, каждое новое существительное порождает относительное прилагательное:

лизинг - лизинговый

кредит - кредитный

аудитор - аудиторский.

В сфере производства относительных прилагательных обнаруживают активность те же наиболее продуктивные суффиксы (-н-, -ов-, -ек-).

консалтинг - консалтинговый

консолидация - консолидированный

маркетинг - маркетинговый

банкир - банкирский.

Для актуальных в наше время существительных, важных для сферы экономики, слово "цена" требует выражение отношения. Это слово порождает относительное прилагательное:

ценовой механизм,

ценовая политика.

Однако оно еще не приобрело полностью права гражданства. В одно и той же газетной статье находим заголовок с родительным падежом "Всплеска цен в России может и не быть". В тексте же дано прилагательное "до конца года не ожидается больших ценовых всплесков" (АиФ №23- 2002). Очевидно, что позиция в заголовке требует слова более принятого нормой. Ср. также: "либерализация цен обернулась ценовым шоком"(Изв.08.12.2002).

В сфере глагола появление новообразований установить труднее, чем в сфере имен существительных.

В области номинативного словообразования активно суффиксальное производство глаголов на -ировать, -изировать, реже на -овать, производных от иноязычных именных основ (типа спонсировать, конкурировать).

Менее активны глаголы на -ить. Так глагол обналечить стал глаголом нашего времени, который обозначает "перевод безналичных средств в наличные", "снабдить наличными деньгами".

Этот глагол употребляется в профессиональной речи и в русском языке. Рекламные объявления пестрят лаконичными предложениями: обналечу, обналечим.

Активная префиксация иноязычных глаголов способствует их включению в систему русского языка, служит грамматическим средством выражения значения современного вида, чаще всего с той целью используется префикс с-, реже -от-, про-, и др.:

Спрогнозировать,

Отрекламировать,

Пролоббировать,

Профинансировать.

"Через пять лет мы смогли увидеть не точно отрекламированный фильм" (Известия, 10.02.03) "Сегодня уже профинансированы 60% регионов" (НГ от 18.02.02) "Через ступенчатое словообразование - это интересное явление современного словообразования, когда, вопреки имеющейся в языке закономерности причастные формы на -ствующий образуются, минуя глагол, от существительных.

В словообразовательной цепочке, таким образом, оказывается пропущенное звено, а именно словообразующий глагол. Это, как считает Е.А. Левашев, делает эти формы псевдопричастными. Приведем примеры. Полная словообразовательная цепочка: спонсор - спонсорство - спонсировать - спонсирующий. Неполная цепочка: фермер - фермерство -

фермерствующий "Фермерствующий предприниматель несет большие убытки (РГ 14.11.01)".

Такое словообразование свидетельствует о развитости словообразовательной системы в целом, так как производное слово как бы появляется раньше производящего.

Рассмотрение специфики словообразовательных процессов современности обнаружило заметную интенсивность их протекания. Известные словообразовательные модели в экономической терминологии реализовались в виде множества конкретных предметных значений, значительно пополнив словарный состав языка.

Высокую степень продуктивности обнаруживают словообразовательные элементы иноязычного происхождения - префиксы, суффиксы, производящие основы (квазирынок, супербогач), ваучерный, а также основы собственных имен.

Выводы по главе II

1. Появление новых слов в русском языке – это закономерный процесс.
2. Неологизмы могут быть как узкоспециальными, так и иметь широкое значение. В узком смысле неологизмы бывают лексические, семантические и стилистические. Широкие неологизмы бывают переориентированные, сочетаемостьные и актуализированные.
3. Неологизмы используются в разных сферах речи. В профессиональных сферах использование неологизмов – вынужденная мера, так как в русском языке нет аналогов данных слов. Использование новых слов в широких сферах очень часто – дань моде на новые слова, желание казаться современным. Такие новые лексические единицы могут быть заменены русскими словами.

4. Как показало данное исследование, в современном русском политическом дискурсе достаточной степенью распространенности обладают семантические неологизмы. Они образованы не только путем внутрисловной деривации (сужения значения), расширения значения, смещение значения, семантических переносов), но и внесловной семантической деривации.

Данные семантические инновации представляют группу лексических единиц, которые характеризуются наличием опосредованной мотивированной связи нового значения с другими значениями данного словесного знака, возникающей в результате действия морфолого-словообразовательных процессов.

Заключение

Современная эпоха актуализировала многие процессы в языке. Язык и общество, как пользователь языка, неразрывно связаны, но при этом имеют свои собственные законы жизнеобеспечения.

Так появление чего-то нового в жизни общества, точно так же, как и познание новых предметов и явлений, вызывает необходимость номинации, что влечет за собой образование в языке новых слов и выражений или образование новых значений в ранее существовавших единицах лексики.

Развитие экономической терминологии зависит от социальных условий, в данном случае - переход на рыночные отношения. Но в то же время развитие лексики определяется внутриязыковыми факторами, связанными с системным характером языка.

Так основные способы создания экономических терминов остались в русском языке прежними: словообразование, словосложение, образование составных наименований, заимствование. Все эти способы активно используются при назывании новых реалий. Существенным, влияющим на образование лексических неологизмов становятся, в частности, все более расширяющиеся международные экономические связи, способствующие увеличению фонда лексической системы.

Представленные процессы в современной лексике иллюстрируют активный социальный фактор в терминологии - и в области семантики и в стилистических сдвигах, и в активизации иноязычных заимствований. Современная лексика отражает время становления новой ситуации в мире.

Список литературы и источников

1. Брагина А. А. Неологизмы в русском языке. М.: Просвещение, 1973. 224 с.
2. Булавина Н. В. Понятие «новое слово» в современной лингвистике // Вестник Костром. гос. ун-та. 2012. № 5. Т. 18. С. 61–62.
3. Гаревой Г. Русский язык, XXI век: новые заимствованные слова. URL: http://gab-garevoi.narod.ru/inoslova_v_russkom.html
4. Газета «Заря». – 2010-2011.
5. Газета «Вечерний Брест». – 2010-2011.
6. Газета «Наш край». – 2010-2011.
7. Головин Б. Н. Введение в языкознание. М.: Высшая школа, 2005. 231 с.
8. Горбачевич, К.С. Русский язык. Прошлое. Настоящее. Будущее / К.С. Горбачевич. – М.: Просвещение, 1983. – 192с.
9. Добросклонская, Т.Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ / Т.Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 282с.
10. Захаренко, Е.Н. Новый словарь иностранных слов / Е.Н. Захаренко, Л.Н. Комарова, И.В. Нечаева. – М.: Азбуковник, 2008. – 784с.
11. Изюмская С. С. Определение понятия «англицизм» в лингвистической науке.
URL:http://www.rusnauka.com/25_PNR_2012/Philologia/9_116098.doc.html
12. Ильясова С. В. Словообразовательная игра как феномен языка современных СМИ: автореф. ... дис. д-ра филол. наук. Ростов н/Д, 2002. 55 с.
13. Калинин А. В. Лексика русского языка. М.: Изд-во МГУ, 1978. 232 с.

14. Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные проблемы неологизации в русском языке конца XX – нача-204 Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова Общественные науки 2014, № 1 ISSN 1994-7720 ла XXI века: дис. ... д-ра филол. наук. Астрахань, 2009. 401 с.
15. Козырев, В.А. Русская лексикография / В.А. Козырев, В.Д. Черняк. – М.: 2004. – С. 69-83.
16. Косовский Б. И. Общее языкознание (Учение о слове и словарном составе языка). Минск: Вышэйш. шк., 1974. 270 с.
17. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов // Новые слова и словари новых слов. Л.: 1978. С. 5–26.
18. Ларионова, Е.В. Новейшие англицизмы в современном русском языке / Е.В. Ларионова. – СПб: Питер, 1996. – 128с.
19. Лыков, А.Г. Русское окказиональное слово в аспекте теории и методики / А.Г. Лыков // Лексикология. – М.: Наука, 1990. – С.76-80.
20. Мальцева И. М., Молотков А. И., Петрова З. М. Лексические новообразования в русском языке XVIII века. Л.: Наука, 1975. 371 с.
21. Маринова Е. В. Основные понятия и термины неологии // Языки профессиональной коммуникации: материалы междунар. науч. конф. Челябинск, 2003. С. 243–247.
22. Намитокова, Р.Ю. Авторские новообразования: словообразовательный аспект / Р.Ю. Намитокова. – Р-н-Д: Дон, 1986. – С. 119-128.
23. Попова, Т.В. Русская неология и неография / Т.В. Попова. – М.: Флинта, 2005. – 98с.
24. Поповцева, Т.Н. Относительные неологизмы / Т.Н. Поповцева // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука ЛО, 1990. – С. 90-95.
25. Пристайко Т. С. О некоторых терминологических проблемах современной неологии. URL: [http:// www.hbu.gov.ua](http://www.hbu.gov.ua)
26. Рацибульская, Л.В. Словообразовательные неологизмы в современных СМИ как смысловая доминанта эпохи / Л.В. Рацибульская // Русское словообразование. – 2005. – № 4. – С.233-234.
27. Розен Е. В. Новое в лексике немецкого языка. М.: Просвещение, 1976. 175 с.
28. Розен Е. В., Гулыга Е. В. Новое и старое в лексике и грамматике немецкого языка. Л.: Просвещение, 1977. 160 с.
29. Розенталь, Д.Э. Современный русский язык / Д.Э. Розенталь, И.Б. Голуб, М.А. Теленкова. – М.: Высшая школа, 1991. – 560с.

- 30.Сенько Е. В. Лексические инновации в современной языковой картине: новые слова, значения, словосочетания. Владикавказ: Изд-во СОГУ, 2012. 268 с.
- 31.Сенько Е. В. Неологизация в современном русском языке конца XX века: межуровневый аспект: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2000. 430 с.
- 32.Солганик, Г.Я. Практическая стилистика русского языка / Г.Я. Солганик. – М.: Академия, 2008. – 304с.
- 33.Солганик, Г.Я. Язык современной публицистики / Г.Я. Солганик. – М.: Наука, 2007. – 232с.
- 34.Тогоева, С.И. Современная лексикография и новые единицы номинации / С.И. Тогоева. – М.: Академия, 2007. – 264с.
- 35.Торопцева, И.С. Словопроизводительная модель / И.С. Торопцева. – Воронеж: Издательство Воронежского ун-та, 1980. – 83с.
- 36.Фомина, М.И. Лексикология / М.И. Фомина. – М.: Высшая школа, 1990. – 416с.
- 37.Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка. М., 1972. 328 с.
- 38.Эпштейн Н. М. Типы новых слов: опыт классификации // Русская академическая неография. СПб, 2006. С. 180–184.
39. Алаторцева, С.И. Проблемы неологии и русская неография Текст.: автореф. дис. . д-ра филол. наук: 10.02.01 / С. И. Алаторцева. СПб., 1999.40 с.
40. Алаторцева, С.И. Русская неология и неография: Современное состояние и перспективы Текст. / С. И. Алаторцева. СПб., 1998. - 217 с.
41. Александрова, О. И. Неологизмы и окказионализмы Текст. / О.И. Александрова // Научные труды Куйбышевского педагогического института. — Куйбышев : 1974. Т. -145. - С. 3-9.
42. Алефиренко, Н. Ф. Фразеологические инновации в русском языке советского периода Текст. / Н.Ф. Алефиренко // Русское языкознание. — Киев, 1988. Вып.17. - С. 3-11.

43. Алиаскарова, Г.Ф. Сравнительный анализ неологизмов в русском и немецком языках Текст. : дис. . канд. филол. наук : 10.02.01 / Г.Ф. Алиаскарова. Чебоксары, 2006. - 202 с.
44. Апресян, Ю.Д. Лексическая семантика: Синонимические средства языка Текст. / Ю.Д. Апресян.// Избранные труды. М.: Вост. лит., 1995.- Т.1. - 472 с.
43. Арутюнова, Н.Д. О новом, первом и последнем // Логический анализ языка: язык и время: Сб. статей М., 1997. - С. 170-201.
44. Ашукина, М.Г. Навстречу новому академическому словарю // Современная русская лексикография. 1976. Л., 1977.
45. Балалыкина, Э.А. Русское словообразование Текст. / Э.А. Балалыкина, Г.А. Николаев : [ред. В.М. Марков]. — Казань : Изд-во Казан, унив., 1985.- 182 с.
46. Безбородова, Л.В. Неография заимствований: к проблеме лингвоинформационного обеспечения Текст. : дис. .канд. филол. наук : 10.02.01 / Л.В. Безбородова. Казань, 2004. - 182 с.
47. Березинский, В.П. Английские неологизмы Текст. : / В.П.
48. Березинский, И.И. Борисенко, Е.Н. Бортничук. Киев : Наукова думка, 1983. - 172 с.
49. Бодуэн де Куртенэ, И. А. Избранные работы по общему языкознанию / И.А. Бодуэн де Куртенэ. М. : АН СССР, 1963. — 391 с.
50. Бондаренко, В.С. Введение в языкознание / В.С. Бондаренко. — М.: Ун-т дружбы народов, 1966. — 186 с.
51. Бояркина, В.Д. Новая глагольная лексика в современном русском языке Текст. : дис. .канд. филол. наук 10.02.01 / В.Д. Бояркина. — СПб, 1993.-274 с.
52. Брагина, А.А. Неологизмы в русском языке / А.А.Брагина. М.: Просвещение, 1973. — 224 с.
53. Брутян, Г.А. Язык и картина мира / Г.А. Брутян. Философские науки. - 1973. - № 1. - С. 108-109.

54. Бурмистрович, Ю.Я. К проблеме фразеологических неологизмов
Текст. / Ю.Я. Бурмистрович. Воронеж, 1972. — 82-88 с.