

УДК 81'373.611

**СТРАТЕГИИ ИДЕНТИФИКАЦИИ НОВОГО СЛОВА
(на материале свободного ассоциативного эксперимента)***Э. С. Денисова, Е. В. Немцева*

Интерес лингвистов к новым словам вообще и, в частности, к окказионализмам не ослабевает уже на протяжении нескольких десятилетий, о чем свидетельствует большое количество работ, посвященных вопросам новообразований (В. В. Лопатин, А. Г. Лыков, Е. А. Земская, Н. З. Котелова, И. С. Улукханов, С. И. Тогоева, Р. Ю. Намитокова, И. А. Нефляшева, Е. Тихоновская и др.). Все это предопределило актуальность разработки теоретических аспектов неологии как особой отрасли лингвистики, изучающей «слова, значения слов или сочетания слов, появившиеся в определенный период в каком-либо языке или использованные один раз («окказиональные» слова) в каком-либо тексте или акте речи» [3, с. 331].

Задачи выявления и описания неологизмов на материале русского языка, его различных функциональных сфер неразрывно связаны с контекстом теоретических проблем исследования тенденций языкового развития, обсуждения вопросов нормативного описания языка и оценки современной языковой ситуации. В решении данных вопросов особая роль отводится теории словообразования. Словообразовательные процессы формируют особое функциональное пространство неологии, где «фактор новообразования» выступает в качестве важнейшего критерия описания словообразовательной системы, ее единиц и тенденций.

Наиболее характерными объектами современных исследований являются те языковые сферы, специфика которых «требует» большего количества окказионализмов. В основном это язык художественной литературы, рекламы, а также различные функциональные стили, в том числе и газетно-публицистический.

Объектом нашего исследования являются окказионализмы, функционирующие в текстах газетных заголовков. Обращение к данной словообразовательной группе обусловлено тем, что новообразования, функционирующие в наиболее важном элементе текста – позиции заглавия, составляют ядерную для газетного текста номинативную группу новых единиц.

Предмет исследования – особенности функционирования словообразовательной формы окказионального слова в индивидуальном языковом сознании. Обращение к неологической лексике имеет особые перспективы, поскольку процесс идентификации подобных слов представляет своего рода «замедленную прокрутку» языковых правил, ответственных за создание познавательных процессов, что позволяет охарактеризовать модели доступа к слову в процессе его восприятия.

Цель работы состоит в выявлении типологии стратегий идентификации нового слова носителями

языка. Данная цель предполагает постановку и решение следующих задач:

- 1) изучить литературу по исследуемой проблематике;
- 2) разработать принципы, материал и методику эксперимента;
- 3) построить интегративные поля ассоциативных реакций для слов-стимулов;
- 4) выявить ведущие мотивационные стратегии при восприятии словообразовательной формы нового слова носителями языка.

Цели и задачи работы во многом определили выбор следующих методов исследования: использование метода сплошной выборки при отборе материала; методология словообразовательного анализа структуры окказионализмов; применение психолингвистической методики свободного ассоциативного эксперимента.

Источниками материала послужили тексты газет «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты» (1999 – 2006 гг.).

Новое слово как объект изучения лингвистики

Несмотря на большое количество литературы по проблемам неологии, дискуссионным является взгляд лингвистов на термин «новое слово», различны его содержание и объем. Множество разнообразных определений дано в научной литературе по данной проблематике. Наиболее часто употребляются термины «неологизм», «новое слово», «потенциальное слово», «окказиональное слово».

Новые слова – самое широкое понятие из вышеперечисленных. Под новыми словами понимаются лексические единицы, не являющиеся общепотребительными, но могущие ими стать, появившиеся в языке в определенный период времени и не существовавшие ранее, ощущаемые как новые в языковом сознании носителей языка. «Новым словом» называется любое слово, возникшее в данный период времени в данной языковой системе: это и неологизмы, и окказиональные, и потенциальные слова.

Неологизмы – такие единицы, которые вошли в систему языка и которые используются в речи как готовый материал, обладающий сложившимися семантическими и стилистическими свойствами (признаками). Окказионализмы же не являются фактом системы языка, они свободно образуются в речи всякий раз, когда в них возникает необходимость.

Понятие «неологизм» обозначает новое, свежее слово, которое уже вошло в систему языка, закрепилось в ней. Это «узальное» новое слово. Окказиональное слово не воспроизводится, а творится, оно никогда не выйдет в систему языка (существуют так называемые «вечные окказионализмы», например пушкинское «огончарован»).

Многие исследователи считают и неологизмы, и окказионализмы подвидами новых слов (Е. А. Земская, В. В. Лопатин). Но нужно помнить, что новые слова могут быть фактами языка (неологизмы) и фактами речи (окказионализмы). Первые, хотя и не входят в состав общеупотребительной лексики, но имеют все шансы на это, так как неологизмы являются частью языковой системы. Поэтому они воспроизводятся всякий раз, когда это необходимо. Вторые – окказиональные слова – творятся всякий раз для каждого конкретного случая.

Другие лингвисты (например А. Г. Лыков) в основу соотношения «новое слово – неологизм – окказионализм» кладут не только признак творимости (невоспроизводимости), но и «одноразовости». Новые слова носят линейный характер на временной оси. Они появляются, затем перестают быть новыми, став общеупотребительным словом или исчезнув; окказиональные же слова всегда точечны, вне-временны. Окказионализм создается только для однократного употребления в речи. А. Г. Лыков пишет: «Новым может быть только то, что способно с течением времени «стареть» – утрачивать качество новизны; а по целому ряду своих признаков и особенностей функционирования окказиональное слово выключено из фактора временной протяженности языкового существования, а значит, и из фактора исторического развития и изменения» [5, с. 42].

Мы придерживаемся первой точки зрения (Е. А. Земская, В. В. Лопатин), считая «новыми» слова, появившиеся в данное время. Мы согласны с тем, что неологизмы и окказионализмы являются разновидностями новых слов. Неологизмы – единицы, которые вошли в систему языка, но в то же время они имеют особую стилистическую окраску, связанную с восприятием этих слов как новых, «свежих» наименований. Окказионализмы – факты речи, которые не входят в язык.

В таком случае между узуальными, принадлежащими системе языка, и окказиональными словами выделяется еще один пласт слов: потенциальные слова.

Потенциальные слова – слова, которые совершенно свободно появляются на основе высокопродуктивных словообразовательных моделей в тех случаях, когда возникает потребность назвать то или иное понятие, не имеющее в языке традиции общественно принятой и закрепившейся номинации.

Потенциальные слова действительно отсутствуют в языковой традиции; в каждом отдельном случае они не воспроизводятся, а создаются вновь, но они не входят в состав языка.

Некоторые исследователи считают потенциальные слова особым видом новых слов. Другие называют данную группу слов подтипом окказиональных новообразований. В таком случае все окказиональные слова подразделяются на две большие группы: потенциальные и собственно окказиональные. Первые созданы по типичным языковым моделям, вторые образованы с каким-либо отклонением от узуальных способов.

В нашей работе под окказиональными словами понимается особый вид новых слов (собственно окказионализмов и потенциализмов), образованных словообразовательными способами и приемами, которые не вошли в систему языкового узуса и по форме четко выделяются на общем фоне «канонических» слов.

Наиболее полно признаки окказионального слова представлены в работах А. Г. Лыкова. По его мнению, окказиональные слова обладают следующими признаками, отграничивающими их от канонических слов [6, с. 10-11]:

- 1) принадлежность к речи;
- 2) творимость окказионализма (невоспроизводимость);
- 3) словообразовательная производность;
- 4) функциональная одноразовость;
- 5) зависимость от контекста;
- 6) экспрессивность окказионального слова;
- 7) номинативная факультативность (необязательность);
- 8) синхронно-диахронная диффузность;
- 9) индивидуальная принадлежность;
- 10) ненормативность окказионального слова.

Представляют интерес окказиональные слова, функционирующие как компонент газетного текста, поскольку они являются отражением особенностей функционального стиля: и тех, которые являются константными, и тех, которые определяются состоянием социума и позволяют уловить общий социокультурный фон и отразить динамику общественного сознания через «языковой вкус эпохи».

Способы образования новых слов

Методом сплошной выборки из заголовков газет «Комсомольская правда» (КП) и «Аргументы и факты» (АиФ) нами было отобрано 10 новообразований различной словообразовательной структуры. Ограничение экспериментального материала кругом имен существительных обусловлено данными анализа газетного корпуса текстов, выявившего «пик предметности» – количественное превосходство имен существительных (60 – 80 %) над общим количеством новых слов всех остальных частей речи [1, с. 88; 11, с. 105]. Подобное противопоставление указывает на более высокую речевую востребованность новых слов с предметной частеречной семантикой, что обусловлено спецификой газетно-публицистического подстиля.

Выбранные нами для анализа окказиональные слова образованы двояко: (1) узуальными способами; (2) способами и приемами, специфическими для порождения окказионализмов. При словообразовательном анализе слов мы опирались на классификацию способов образования, представленную в работах Е. А. Земской [1] и И. С. Улуханова [12].

1. К «узуальным» мы относим окказиональные единицы, словообразовательная структура которых имеет аналог среди способов образования канонических слов:

1.1. Суффиксальный способ. Продуктивность суффиксальных способов образования отмечается

внутри семантического поля наименования лиц. Суффиксальный способ можно разделить на два вида по наличию или отсутствию материально выраженного форманта:

1.1.1. Материально выраженный способ. Ср.: монетизатор {монетизация + атор}: "...Президент тогда был не просто встревожен создавшейся ситуацией (законом о монетизации льгот). Всерьез рассматривался вопрос о том, чтобы уволить едва если не все правительство разом, то хотя бы некоторых министров – «монетизаторов» вместе с самим премьером".

1.1.2. Нематериально выраженный способ (нулевая суффиксация). Ср.: консерва {консервировать}: "Он один вот уже девять лет ничем не болеет, у него не добавляется морщин на лице и седых волос, не стареет. Около четверти века Исаев занимается «зацикливанием» живых организмов – останавливает возраст".

1.2. Префиксально-суффиксальный способ также обнаруживает продуктивный характер в сфере образования лиц. Ср.: непрохожденец {не + прохожден(ие) + ец}: "...Будет ли В. Путин в этот день подводить итоги – сказать не беремся. А вот его соседям по избирательному бюллетеню (тем, что играли и не выиграли) сделать это придется. По закону к этому дню они должны вернуть налогоплательщикам все деньги, которые те в свое время выделили им на предвыборную борьбу".

1.3. Сложносуффиксальный способ. В нашем примере представлен тройной окказиональный способ – сложение с усечением мотивирующих основ и суффиксацией [12, с. 69]. Ср.: Русобелия {Рус(Россия) + Бел(Белоруссия) + ия}: "Пока Путин и Лукашенко спорят, каким быть Союзу Белоруссии и России, поэты, композиторы и певцы «строят» его с помощью нот и рифм".

1.4. Аббревиация. Особое место среди узуальных способов образования занимают различные виды сложносокращенных слов, используемые в компрессивно-экспрессивных целях. Ср.: телеГА {теле + газета} – (рубрика «Комсомольской правды», посвященная анонсу телевизионных программ).

2. К «неузуальным» нами отнесены такие способы и приемы образования новых слов, как наложение, контаминация, создание по конкретному образцу и каламбурные «игры» со словом.

2.1. Наложение. Яркой особенностью наложения является соединение двух слов в одно, при отнесении определенного отрезка к обоим мотивирующим базам. Другой чертой наложения выступает снятие ограничений на использование разнообразных средств, способствующих выразительности, в том числе и графических, в чем проявляется специфика современного газетного текста [1, с. 191]. Наличие или отсутствие различных видов графических средств выразительности позволяет выделить основные типы наложения:

2.1.1. Междусловное графически выраженное наложение. Ср.: КЛОНдаик {клон + клондаик}: «К настоящему времени 3 человека из России подали заявку на клонирование в компанию «Клонэйд», ко-

торая намерена первой в истории клонировать человека», – сообщила в своем интервью ИТАР-ТАСС пресс-секретарь фирмы Надин Гарри".

2.1.2. Междусловное графически не выраженное наложение. Ср.: покемонстры {покемон + монстры}: "Пройдет год – другой. И мы в полной мере ощутим на себе прелести нового вируса, который тихой сапой прокрался в нашу жизнь. Имя ему – «Покемон»...".

2.2. Контаминация – «безаффиксное соединение двух основ, посредством которого происходит образование окказионализма» [1, с. 192]. В отличие от наложения, в процессе контаминации участвуют фонетически близкие мотивирующие основы (паронимичные), причем часть одной из них вытесняется, не входя в структуру окказионального слова. Взаимопроникновение частей не позволяет произвести четкого морфемного членения окказионализма, в результате чего создается новый корень. Учитывая эту особенность, мы использовали в экспериментальном материале новообразование, имеющее графическое выделение первой входящей в слово мотивирующей базы. Ср.: АИФоризм {АиФ + афоризм}: "Читатель, твоя задача – придумать «АИФоризм» на тему брака и семьи и прислать его к нам в редакцию по адресу ...".

2.3. Создание по конкретному образцу. Немаловажным фактором появления окказиональной лексики является тенденция к экономии языковых средств. Так, в процессе порождения окказионализмов важнейшую роль играет аналогия, которую метафорически рассматривают как «двигатель, который порождает все виды новых слов» [1, с. 182]. Наиболее распространенный прием аналогии – создание по конкретному образцу: в структуре производного слова вычленяются определенные сегменты, которые позволяют создавать семантические параллели со словом-прообразом и выразить их.

Образование по конкретному образцу относится к специфическим приемам порождения окказионализмов [1, с. 194], поскольку новое слово образуется при помощи конкретных словообразовательных средств (суффиксации, префиксации). Например, в нашем экспериментальном материале использован окказионализм, ориентированный на непроизводное слово «гремлин» (персонаж кинофильма «Гремлины»), однако образованный при помощи суффикса –ин, формально вычленяемого в слове-прототипе: дремлин {дремать + ин}. Ср. приводимый контекст: "А нас, дремлющих родителей, она называла...«дремлинами» – по аналогии с фантастическими персонажами из американского фильма – гремлинами".

2.4. Каламбурные «игры» со словом отражают языковой эксперимент в сфере семантического сближения однокоренных слов, омонимов и паронимов, что служит источником членимости структуры окказионализмов по аналогии с общеупотребительными словами [1, с. 198]. Реализуя высокую степень выводимости своего значения, данные окказионализмы имеют связанный характер, т. е. функционируют в заданном прецедентном тексте

лексическом окружении. Например устойчивое словосочетание «летучий голландец» и его каламбурная модификация в тексте газеты «летучий сиднеец»: «Опять преобладает, как и в прошлые годы, вирус субтипа А / сиднейский, впервые обнаруженный в 1997 году в Сиднее».

В ходе обобщения результатов экспериментов со структурно-семантическими характеристиками обозначенных выше слов, составивших операциональную базу исследования, учитывалось восприятие испытуемыми степени «свежести» и «новизны» окказиональной лексики. Именно с опорой на «степень окказиональности» и был составлен экспериментальный список слов-стимулов, отражающих актуальные процессы словообразования в газетном тексте.

Принципы, материал и методика эксперимента

При проведении нашего эксперимента мы опирались на достижения Тверской психолингвистической школы (ТПШ), в частности, на разработанную методику экспериментальной базы на материале различных частей речи (существительных, прилагательных, глаголов) [10, с. 84], включившую четыре основных этапа:

- 1) опознание слов-стимулов как знакомых / незнакомых;
- 2) субъективное шкалирование слов по пятибалльной шкале на градацию «понятности»;
- 3) использование методики свободного ассоциативного эксперимента;
- 4) субъективных дефиниций.

Все это позволило обеспечить сопоставление полученных данных в связи с (1) механизмами работы с новым словом и (2) уровнями идентификации его значения, выделить (3) различные опорные элементы, используемые индивидом в процессе опознания значения стимульной единицы.

Экспериментальный список состоял из 10 окказиональных слов-стимулов. При отборе материала нами учитывались следующие характеристики анализируемых лексических единиц:

- 1) основные категории существительного (род, одушевленность, число и др.);
- 2) способ образования (узусальный / окказиональный);
- 3) семантическая сложность слова.

Опрашиваемую аудиторию составили носители литературного языка в возрасте 16 – 17 лет, учащиеся ГОУ «Губернаторский многопрофильный лицей – интернат». Общее количество информантов составило 20 человек.

Общая схема эксперимента была следующей:

- 1) информантам предъявлялся список слов и предлагалось записать первые приходящие в голову ассоциации без ограничения на форму и количество реакций; кроме того, информантам было предложено;

2) разграничить данные слова как встречавшиеся (знак «+») или не встречавшиеся ранее в речевой практике (знак «-»);

3) определить степень понятности слова по 5-балльной шкале от 0 до 4 («0» – слово совсем непонятно, ... «4» – абсолютно понятно).

Материал эксперимента был напечатан на отдельном бланке в алфавитном порядке, инструктаж информантов проводился с целью адекватного понимания предложенных заданий.

Анализ экспериментального материала позволил построить единое поле данных для каждого слова, интегрирующее выявленные опорные элементы ассоциирования и связи между исследуемым словом и полученными ответами (см. таблицу; в скобках указано количество одинаковых реакций на слово).

Результаты свободного ассоциативного эксперимента. Стратегии идентификации нового слова

В качестве рабочего определения стратегии мы берем следующее: закономерности в принятии решений в ходе познавательной деятельности человека [10, с. 84]. Стратегия понимается нами как способ получения, сохранения и использования информации, который служит достижению определенных целей и приводит к определенному результату.

В работе С. И. Тогоевой [10, с. 98] выявлены основные виды идентификационных стратегий, используемые испытуемыми при опознании значения новых существительных: мотивирующая; словообразовательная; категориальная; стратегия прямой дефиниции; установление связи по сходству звукобуквенного состава; иллюстрация примером; стратегия отказа.

Данные стратегии в целом подтвердились результатами проведенного эксперимента. Однако интегративный характер полученных стратегий, целостно характеризующих структуру окказионализмов, не всегда позволяет четко разграничивать приоритетные опорные элементы, одновременно выявляющие графические, фонемные, словообразовательные, семантические компоненты слова.

Поэтому, на наш взгляд представляется возможным разграничение полученных нами ассоциативных реакций по двум основным стратегиям идентификации нового слова в зависимости от характера ассоциативной опоры, а именно: стратегиям

- 1) опоры на формальные мотивирующие элементы и 2) опоры на значение (ситуацию). Необходимо отметить, что выделение идентификационных стратегий проводится условно, т. к. все они находятся в отношениях взаимосвязи друг с другом и их реализация происходит, как правило, параллельно.

<i>Слово-стимул</i>	<i>Ассоциативные реакции</i>
1. АИФоризм	Афоризм (7), АИФ – газета (2), скрытый айфоризм, какое-то выражение, высказывание, юмор, айфоризм, сатира, что-то незнакомое, слова - афоризмы, получение кайфа
2. Дремлин	Гремлин (10), дремать (3), древний (2), монстр (2), какой-то вид спорта, соня, спящий человек, дремлющий, чудовище, всегда дремлет, спать
3. КЛОНдайк	Клон (5), клонирование (2), генетика, брат, одинаковый, сериал, золото, спорт, близнец, река в Америке, корпорация клонов
4. Консерва	Рыба (7), банка (5) ч.-л., килька (2), тушенка (2), мясо, соус, консервированные изделия, паштет, сгущенка, упаковка, маринованный, тушеный, соленый, организатор, сохранение, шпроты, консерватор, законсервировать, сардина, консервы, еда
5. Монетизатор	Деньги (4), монеты (4), монитор (3), связан с монетами, маленький монетизатор, собирание монет, ароматизатор, рабочий, завод, синтезатор, копейка, компьютер, в машине, запчасть, тот, кто делает монеты, механизатор
6. Непрохожденец	Человек, который где-то не проходит (3) нигде, первопроходец (2), человек (2), кто не прошел, непробивной, незнающий дорогу в чем-либо, проигравший, неудачник, непроходимый, не может пройти, полный тупица, не приходит, не изучал, не было, с другой местности, религии, трудно, что-то не проходит, не проходящий, трудно-проходимо, тяжело
7. Покемонстр	Покемон (8) (злой), монстр (5), Пикачу (5), мультфильм (3), игрушка (2), монстрик, сказочные чудища, чудовище, убийца, чудик, телевизионный ужас
8. Русобелия	Название страны (3), Белоруссия (2), русский (2), Русь (2) белая, белье, белить, краска для волос, роса, блондинка, лесоруб, имя, что-то русское, русская белка, неизвестная
9. (Летучий) сиднеец	Житель/ гражданин города Сидней (4), Сидней (3), летучий голландец (2), индеец (2), голландец, летающий австралиец, летящий на самолете в другую местность, река, человек, самолет, мультгерои, Олимпийские игры, летучий змей, связано с кораблями
10. ТелеГА	Повозка (5), телега (4), запряженная лошадьми, телегазета (2), телевизор, тачка, что-то связанное с телевидением или телефонной связью, связь, теле-2, воз, груз, прицеп, корыто, лошадь, клячи, доски, конь, навоз

1.1. Стратегия опоры на формальные мотивирующие элементы включает в себя ряд конкретизирующих идентификационных моделей, – это прежде всего стратегии:

а) опоры на фонетический;

б) графический образы слова [10, с. 101].

а) В качестве ассоциативной опоры на формальные мотивирующие элементы нами рассматривались разнообразные случаи пересечения фоном у исходного слова и полученных на него реакций. Осуществление доступа к лексеме идет путем последовательного перебора списка слов, повторяющих ее начальные/ средние/ конечные элементы морфемного состава. Например, Русобелия – Русь, русский, русское, русская; Белоруссия, белье, белая, белить, белка; Белоруссия; монетизатор – монеты, маленький монетизатор; ароматизатор, синтезатор, механизатор и др.

б) Опора на графический образ слова. В процессе восприятия нового слова носителем языка включение его во внутренний лексикон может происходить на основании графического сходства уже имеющихся в памяти единиц. В результате происходит «подмена» неологической единицы известным индивиду словом, близким в формальном плане, что приводит к опознанию значения не окказионализма, а его «графического двойника». В нашем материале представлены следующие случаи графической подмены: клондайк (вместо КЛОНдайк) –

золото, река в Америке; консервы (вместо консерва) – рыба, банка ч.-л., килька, тушенка, мясо, консервированные изделия, паштет, сгущенка, шпроты, законсервировать, сардина, консервы, еда и др.; телега (вместо телеГА) – повозка, телега, запряженная лошадьми, воз, груз, прицеп, лошадь, клячи и др.

Обе выделенные стратегии используются носителями языка при идентификации слов с повышенной степенью новизны, т. е. образованных неустальными способами и приемами, что затрудняет их восприятие. Однако необходимо отметить частичное пересечение/ совпадение стратегии опоры на формальные элементы с другими видами стратегий (мотивирующей, словообразовательной).

1.2. Стратегии идентификации значения слова реализуют связь между воспринимаемой словоформой и некоторой единицей глубинного яруса памяти языковой личности, отражающей «многогранный предшествующий опыт носителя языка» [10, с. 98]. К данной группе мы отнесли следующие стратегии:

1) мотивирующая стратегия проявляется через все случаи ассоциативных реакций, в которых повторяется корневая морфема исходного слова [10, с. 99], ср.: АИФоризм – афоризм, АИФ – газета; дремлин – дремать, дремлющий, всегда дремлет; КЛОНдайк – клон, клонирование, корпорация клонов; непрохожденец – непроходимый, не приходит,

не проходит, не проходящий, труднопроходимо; Русобелия – Белоруссия, Русь белая, русский, бельё, белить и др.;

2) словообразовательная стратегия связана с реакциями, в которых носитель языка повторяет словообразовательную модель, по которой построено слово-стимул [9, с. 100], ср.: монетизатор – ароматизатор, синтезатор, механизатор; непрохоженец – первопроходец; дремлин – гремлин; (летучий) сиднеец – голландец, индеец, австралиец и др.;

3) категориальная стратегия описывается посредством отнесения нового слова к определенному классу слова (категории) на основании формальных признаков, установленных в данной ситуации индивидом [10, с. 102]. К разновидности данной модели относятся:

а) стратегия прямой дефиниции: АИФоризм – какое-то выражение, высказывание, что-то незнакомое, скрытый аифоризм; (летучий) сиднеец – житель/ гражданин города Сидней, летящий на самолете в другую местность, человек; телеГА – что-то связанное с телевидением или телефонной связью;

б) иллюстрация примером: КЛОНдайк – генетика, брат, одинаковый, сериал, близнец; покемонстр – Пикачу, чудик; Русобелия – блондинка, русская белка; (летучий) сиднеец – самолет, летучий змей, мультгерои и др.

Отдельно можно выделить стратегию, связанную с прагматическим осмыслением нового слова, т.е. наделение слова определенными эмоциональными оценками и впечатлениями, ср.: непрохоженец – непробивной, непроходимый, полный тупица, неудачник; покемонстр – убийца, телевизионный ужас, чудовище, чудик и др.

Особое место среди выделенных моделей идентификации занимает стратегия отказа. Отказ от дачи ассоциативной реакции связан с определенными коммуникативными затруднениями индивида при опознании слова. Стратегия характерна в основном для новых слов, образованных неузуальными способами и приемами, т.е. представляющих определенную трудность при восприятии носителями языка вследствие сложной словообразовательной структуры, – контаминацией (5 отказов), наложением (3 отказа), созданием по конкретному образцу (1 отказ), каламбурными «играми» со словом (1 отказ). Среди слов, образованных узualmente способами, градация отказов представлена следующим образом: сложносuffixальный (4 отказа), suffixальный (3 отказа), префиксально-suffixальный (1 отказ), сложносокращенное слово (1 отказ).

Можно проследить определенную зависимость между словами, на которые зафиксированы отказы, и ответами информантов в первой и второй колонках, где данные стимулы оцениваются как незнакомые и обладающие наименьшей степенью понятности.

Таким образом, по результатам проведенного нами эксперимента по идентификации нового слова носителями языка нам удалось:

1) построить интегративные поля ассоциативных реакций для слов-стимулов;

2) проследить функционирование опорных элементов нового слова в процессе его идентификации индивидом;

3) выявить ведущие мотивационные стратегии при восприятии словообразовательной формы нового слова;

4) установить зависимость между способом образования окказиональной лексемы и выбранной индивидом идентификационной стратегией.

Исходя из приоритетных опор идентификации слов (формальных или содержательных) нами были выделены две основные модели опознания нового слова: стратегия опоры на формальные мотивирующие элементы и стратегия опоры на значение (ситуацию).

При идентификации нового слова носителями языка одной из ведущих стратегий явилась стратегия опоры на ситуацию, т.е. включение новой единицы в языковой контекст. Стратегические модели опознания мотивирующей основы стимула и его словообразовательной модели являются доминирующими при идентификации новых субстантивов.

При восприятии словообразовательной формы нового слова, значимыми являются факторы: фонетической (графической) формы слова; словообразовательного средства (аффикса); словообразовательной модели в целом. При учете всех этих факторов у языковой личности наиболее продуктивно происходит опознавание слова-стимула.

Среди экстралингвистических факторов, обуславливающих идентификацию незнакомого слова, можно назвать возраст и гуманитарную специализацию информантов, что отражается на тематике ассоциаций и в выборе слов, употребляющихся в молодежной среде.

Литература

1. Земская, Е. А. Словообразование как деятельность / Е. А. Земская. – М.: Наука, 1992. – 221 с.
2. Земская, Е. А. Активные процессы современного словопроизводства / Е. А. Земская // Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – М., 1996. – С. 128 – 139.
3. Котелова, Н. З. Неологизмы / Н. З. Котелова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М., 2000. – С. 331.
4. Лопатин, В. В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – М.: Наука, 1973. – 152 с.
5. Лыков, А. Г. Можно ли окказиональное слово назвать неологизмом? / А. Г. Лыков // Русский язык в школе. – 1972. – № 2. – С. 49.
6. Лыков, А. Г. Современная русская лексикология. Русское окказиональное слово: учеб. пособие для филол. факультетов ун-тов / А. Г. Лыков. – М.: Высшая школа, 1976. – 119 с.
7. Лыков, А. Г. Окказионализм и языковая норма / А. Г. Лыков // Грамматика и норма. – М., 1977. – С. 62 – 83.
8. Намитокова, Р. Ю. Окказиональное слово на газетной полосе: механизмы экспрессивности / Р. Ю. Намитокова, И. А. Нефляшева // Русский

язык: исторические судьбы и современность: труды и материалы. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2002. – С. 142 – 143.

9. Тихоновская, Е. Про неологизмы современности / Е. Тихоновская // Проза.ру: [сервер]. – М., 2001, URL // Эл. источник. – Режим доступа: <http://www.proza.ru/texts/2005/05/01-124.html>.

10. Тогоева, С. И. Психолингвистические проблемы неологии: монография / С. И. Тогоева. – Тверь: Изд-во Твер. гос. ун-та, 2000. – 155 с.

11. Токтонов, А. Г. Особенности реализации новых слов в газетных текстах разных жанров (на основе корпуса текстов современной русской газеты) / А. Г. Токтонов // Актуальные проблемы текста: лингвистическая теория и практика обучения: материалы Междунар. науч.-практ. конф. – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского госун-та, 2004. – С. 105 – 107.

12. Улуханов, И. С. Единицы словообразовательной системы языка и их лексическая реализация / И. С. Улуханов. – М.: Астра-семь, 1996. – 222 с.