

УДК 811.133.1'373

К ПРОБЛЕМЕ НОВИЗНЫ НЕОЛОГИЗМОВ

О. В. Косович

Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко
кафедра французской филологии

В статье рассматривается неологизм как новая форма или вновь введенная в языковую среду единица, решающим критерием которой является определение *новизны* и *ощущение новизны*. Выделяются критерии неологизмов, связанные с условиями вхождения в словарь языка, а также проблемы датирования нового слова.

Ключевые слова: *неология, инновация, неологизм, новизна, ощущение новизны*

Технический, научный, культурный прогресс способствует непрерывному созданию значительного количества новых терминов, которые отображают все важные составляющие, связанные со следующими процессами: соответствующие концепты, методы, специальные термины. Исследования в неологии касаются, с одной стороны, общего лексического состава языка, а с другой – проблематики формирования терминологических названий специализированного языка.

Элемент *нео-* заимствованный с греческого языка (*νέος* – новый), имеет значение «новый». Данный терминологический элемент актуализировался в современном информационном обществе, является одним из самых продуктивных терминологических элементов. Большая часть терминологических лексем, созданная на базе этого терминологического элемента, – *неологизм, неоним, неографизм, неосемантизм* и т.д. Согласно положений А. Михайловичи [4, с. 27], лингвистические критерии неологизма касаются однозначности (он должен отображать определенное понятие с прозрачной, эксплицитной формой, с которой понятие находится в отношениях однозначности), простой формы (он должен быть коротким, лаконичным и быть базой для создания новых слов), адаптации (он должен приспособливаться к правилам лингвистической системы языка, включая фонетическую и графическую систему) и прозрачности (он должен быть ясным, четким, чтобы исключить его мотивированность). Относительно социолингвистических критериев, то они касаются необходимости (неоним отвечает всегда четко выраженным потребностям коммуникации), прозрачности (он должен владеть позитивными коннотациями, без некорректных ассоциаций), принадлежности к определенной сфере, придерживаясь при этом фундаментальных линий лингвистической политики.

На начальных стадиях неологических и неонимических научных исследований, лингвисты акцентируют внимание на общих и отличительных характеристиках этих двух типов лексических единиц. Факторы, находящиеся в основе дифференциации неологизма и неонима, вытекают как из их происхождения и формы, так и из способности придавать определенному сообщению определенную спонтанность (стихийность) и общеупотребительность. А. Михайловичи называет пять факторов, дифференцирующих лексические неологизмы общеупотребительного языка от неологических терминов или неонимов: спонтанность, стихийность; синонимия; форма; происхождение; распространение [4, с. 27].

Неологизмы – слова и выражения, имеющие ощущение *новизны*, но *новизна* неологизма является понятием, достаточно сложным для определения и описания. Любое новое слово является неологизмом? Новое слово, созданное индивидумом в определенной ситуации, не обязательно может быть неологизмом, а скорее окказионализмом, поскольку такое образование представляет индивидуальное творчество. В данном случае слово ощущается новым, но, чтобы эта креативность касалась языка, нужно также, чтобы данный неологизм был воспринят обществом и получил распространение.

В таком случае концепт неологии нужно определять только в рамках динамической синхронии, так как лексическое новообразование будет восприниматься «свежим» и новым только современными говорящими в синхронии. «Диакронически некоторые единицы, вышедшие с употребления или редко используемые, могут снова появиться в языке, то есть они становятся предметом *повторного введения* с таким же значением, или речь идёт о полностью независимом воссоздании со значением, несвязанным с начальным» (выделено авт. – О. К.) [5, с. 58].

Мы рассматриваем неологизм как новую форму или вновь введенную единицу, решающим критерием которой является определение *новизны* и *ощущение новизны*. Вполне понятно, что два этих критерия являются противоречивыми и позволяют обозначить амбивалентность понятия: чем больше распространяется использование, тем больше стирается ощущение новизны. Именно понятие новизны указывается в словарях с пометкой *néol.* (*неол.*). Отметка *néol.* (*неол.*) позволяет лексикографам принять временно новые единицы, которые пока еще не вошли в общее использование. Каждый раз, когда существует необходимость проверить новизну любого слова, нужно сначала обратиться к словарю, хотя этого бывает недостаточно. Известны случаи, когда слово не зарегистрировано в словарях, но носители языка активно его используют. Примером может послужить использование в течение нескольких лет лексемы *Internet*. Нужно остерегаться также случаев, когда слово могло уже быть неологизмом некогда (в определенное, своё время) (например, слово *ordinateur* (*компьютер*) существовало в словаре религиозной тематики в значении «*prêtre ordonnant*» («епископ, посвящающий в сан»).

Каждый человек переживает неологическое чувство по-разному. По А. Рею [7, с. 14], приняв во внимание ощущение новизны, это чувство должно быть коллективным и разделяться большинством говорящих. Именно *коллективное ощущение новизны* характеризует неологизм в социо-культурном плане и определяет конкретное использование терминов *неология*, *неологизм*. Таким образом, можно говорить о расширении ощущения новизны в пространстве и во времени.

Возникает вопрос о том, сколько времени длится это ощущение. В обществе, отмеченном вездесущностью медиа и непрерывным распространением слов, лингвисты склонны считать, что «ощущение неологичности» может длиться до пяти лет (по Ж.-Ф. Саблероллю [8, с. 171]), так как присутствует ощущение, что неологичность обратно пропорциональна распространению. Вместо того чтобы ограничиться самим образованием, можно расширить концепт, считая неологическими не только творческий процесс, но и первых адресатов, воспроизводящих новообразования перед другими говорящими. Расширяя данный концепт, также можно рассматривать как новые и повторные использования, осуществляемые этими слушающими, которые формируют второй круг адресатов и которые не узнают (не признают) новую лексему и могут в свою очередь повторно использовать данную единицу. Но, по нашему мнению, *a priori* нет причин для четкой планки

по поводу количества использования новой единицы, повторное воспроизведение уже не является неологическим. Необходимо рассмотреть и решить, нужно ли считать количество вторичных использований, количество новых говорящих, которые используют новообразование, или количество групп, через которые оно передается. Вместе с тем Ж.-Ф. Саблероль считает, что «новизна не существует сама по себе, но и состоит в отношениях с другими понятиями, является зависимой от того, что существует перед ней, и где она присутствует» [8, с. 165].

Иногда неологическое ощущение является *видимым*. Например, типографические отметки, предложенные журналистами, являются знаками неологического ощущения. Определенное количество единиц сопровождается метадискурсивными отметками: знаки выражения, типографические отметки. Несомненно, типография влияет на информатора: *кавычки* и *курсив* являются самыми распространенными способами газетного дискурса для обозначения неологизма.

Неологическое ощущение может иметь некоторые различия:

– если мы изучаем термины, которые ранее игнорировали, они для нас (до своей ассимиляции в языке) являются «неологизмами». Этот феномен можно назвать *индивидуальным ощущением новизны*. А. Рей называет это явление «функциональной новизной» [7, с. 14]. Сам случай перехода от технического использования, ограниченного социо-профессиональной средой, к общему использованию является особенно важным. Такой устаревший технико-научный термин может рассматриваться как неологизм, когда он начинает функционировать на другом языковом уровне;

– порождая слово другого языка или услышав такое слово, наблюдаем *ощущение заимствования*;

– существует также *ностальгическое ощущение новизны*, когда слышим использование старого слова в новом значении.

Некоторые лингвисты (Л. Депекер) считают важным определение различия между неологизмами и новыми словами. Неологизмы – это слова, в которых ощущается новизна, но которые не вошли в общий словарь языка. Зарегистрированные в словарях, новые слова теряют свой статус неологизма, чтобы трансформироваться в новые слова. Эта трансформация может длиться достаточно долгое время. По мнению Л. Гильбера [3], продолжительность неологизма может составлять десять лет. Фиксация такого срока кажется необоснованной. Почему не девять или одиннадцать? Мы считаем, что эта трансформация зависит от существующих языковых условий, которые могут ей благоприятствовать или сдерживать.

Несомненно, любое новое понятие, порождённое практикой человека в разных сферах деятельности, обязательно получает наименование в языке. Так, появляются неологизмы.

Часто очень сложно установить точную дату появления неологизма, поскольку последовательное обогащение языка является результатом общих усилий общества. Исследователи иногда способны дать более-менее точную дату введения неологизма в язык и даже имя его автора. Из этого следует, что первое появление слова в тексте не всегда соответствует дате его рождения (появления). Нужно учитывать, что большое количество неологизмов появляется, потом исчезает, чтобы снова появиться позже в более благоприятных условиях. Например, в своей речи Ж. Ширак (22 сентября 2000 года) по поводу обвинений в его адрес, использовал прилагательное *abracadabrantisque*, уже когда-то упомянутое А. Рембо. Этот факт стал новым порывом для существования этого слова.

Абсолютно точно можно определить точную дату появления неологизма, когда предложение термина осуществляется официально и перед большой аудиторией. Например, термин *ordinateur* был предложен профессором Сорбонны Ж. Перре в письме, датированном от 16 апреля 1955 года и адресованном компьютерной компании IBM France. Если обратиться к словарю *Petit Robert*, то можно заметить, что авторы предлагают даты появления некоторых слов во французском языке. В структуре словаря проставление даты, то есть момент появления термина в письменных текстах, очень часто связан с этимологией. Но, нужно признать, что даты инноваций не систематически вносятся в словарные статьи новых значений и новых употреблений по экономических причинах.

Начиная с 70-х годов прошлого века, авторы словарей основательно поменяли свои подходы. Пометки *néologique* (*неологический*), *récent* (*новый*) полностью исчезли, а появилась более объективная информация: *la date d'apparition* (*дата появления*). Но чем старше являются образования, тем менее точными являются даты их появления. Датирование не значит размещение слова в языке, оно сигнализирует о его первой аттестации, при этом скорость его распространения является изменчивой. Когда говорим «первая аттестация», понимаем, что речь идёт о первой письменной аттестации (подтверждении).

Сегодня труды по лексикографии, многочисленные работы по вопросам лексики позволяют предоставить самые точные даты создания, появления или распространения новых слов. Впрочем, в некоторых словарях (напр., *Robert*) упоминание даты появления является достаточным для определения качества новизны слова.

Как мы уже замечали, критериями неологизмов являются: *употребление* (образование должно подтверждаться практикой, а новыми словами должна пользоваться широкая аудитория), *новизна* (термины новой формации должны хранить новую ценность в облике, форме или значении на протяжении определенного периода, чтобы быть различимыми среди других), *продолжительность*. Причем последняя категория существования (жизни) неологизмов предполагает две возможности: либо слово входит в общий словарь, либо, оставаясь неологизмом, исчезает. Проблема, которая при этом возникает, касается вопроса, когда лексемы теряют характер новизны. Во время первого появления лексемы ее судьба является неопределённой, даже если некоторые и кажутся многообещающими в этом плане.

Для Ж.-Ф. Саблероля «аттестация или неаттестация в словаре зачастую воспринимается, как тест новизны, с простой аппликацией: если лексема фигурирует в словаре, она не является неологической, если она не фигурирует в словарях, она является таковой» [8, с. 173–174]. Таким образом, неологическая продолжительность измеряется изъятием. Неолексема является неологической с момента ее создания и до момента ее введения в словарь.

Невозможно узнать заранее судьбу слова. Некоторые слова, которые казались успешно зарегистрированными в языке, со временем исчезли или по разным причинам оказались заменены (*ouïr* → *écouter*, *bouter* → *pousser*). В общем, лингвисты выделяют 4 причины исчезновения старых слов из словаря: исчезновение старых объектов в современном обществе (случай историзмов); замена новыми терминами старых (случай архаизмов); конкурентное сосуществование двух синонимических слов; разделение слова на два [9, с. 34]. Все эти причины применительны к неологизмам, потому что даже перед своим вхождением в общий словарь языка они могут исчезнуть. Более того, много других факторов могут влиять на

продолжительность жизни неологизмов: неблагозвучность, длина, сложная орфография и т. д.

Сколько времени можно говорить о том, что продукт, феномен является новым? Неологизмы существуют на протяжении определенного периода. По З. Кзю, «если они проходят некоторый срок, например, 15 или 20 лет, они становятся известными для всего общества, и свежесть этих новых терминов, то есть их качества неологизма, будут полностью потеряны, и данные термины становятся общепотребительными» [9, с. 52].

Возможно ли предвидеть будущее неологизма? Предвидеть будущее неологизма предполагает наблюдение над его частотностью в дискурсе, над его использованием. Можно предвидеть, что, если два слова употребляются в одинаковых контекстах, одно из них проявляет склонность к исчезновению или к смене значения (например: *mél, courriel*). Новые лексические единицы, входящие в язык, являются многочисленными, но существует тенденция современных специалистов нормы языка отобрать их наименьшее количество. Возникает вопрос, какой тип неологизма является самым адаптированным для того, чтобы его продолжительность жизни была долгой. Для лингвиста архаизм является лучшим из неологизмов: тот факт, что слово продержалось длительный период, доказывает, что оно является жизнеспособным и старое слово владеет окраской и авторитетом, которых новое слово еще не имеет, хотя Р.-Л. Вагнер придерживается другого мнения. В предисловии к *Dictionnaire des mots sauvages* (M. Rheims) он заявил, что самые лучшие неологизмы происходят от заимствования [1]. Таким образом, все прогнозы по продолжительности существования и имплантации неологизма оказываются необоснованными, и судьба неологизма остается непредсказуемой.

Список литературы

1. Cerquiglini B., Corbeil J.-C., Klinkenberg J.-M., B. Peeters «Tu parles!?»
2. Le français dans tous ses états. Flammarion, Paris, 2000. 415 p.
3. Depecker L. L'invention de la langue, le choix des mots nouveaux. Larousse-Armand Colin, Paris, 2001. 720 p.
4. Guilbert L. La créativité lexicale. Paris: Larousse, 1975. 285 p.
5. Mihailovici A. Neologia si structura neonomelor / Studii si cercetări lingvistice/ LVI, 1–2 / 2005. P. 23–31.
6. Pruvost J., Sablayrolles J.-F. Les néologismes / Coll. «Que sais-je?». Paris, Presses universitaires de France, 2003. 127 p.
7. Rheims M. Dictionnaire des Mots Sauvages (écrivains des XIXe et XXe siècles). 1969. 604 p.
8. Rey A. Néologisme, un pseudo-concept / Cahiers de lexicologie. vol. XXVIII, 1976. P. 3–17.
9. Sablayrolles J.-F. La néologie en français contemporain / J.-F. Sablayrolles. Paris: Honoré Champion, 2000. 588 p.
10. Xu Z. Le néologisme et ses implications sociales. L'Harmattan, 2001. 177 p.

ABOUT PROBLEM OF NEOLOGISMS NOVELTY

O. V. Kosovych

Kyiv Taras Schetchenko National University
The department of French filology

The article deals with the notion of neologism as a new form or reintegrated unit to the language that the determinant is definition of *novelty* and *sensation of novelty*. The criteria of neologisms related to conditions of integration in language dictionary and the dating problems of new words are examined.

Key words: *neology, innovation, neologism, novelty, sensation of novelty*

Об авторе:

КОСОВИЧ Ольга Васильевна – кандидат филологических наук, докторант кафедры французской филологии Института филологии Киевского национального университета им. Тараса Шевченко (01033, Киев, ул. Владимирская, 60), e-mail: olgak2270@gmail.com.