

ТЕОРИЯ ЛЕКСИКОГРАФИИ

THEORY OF LEXICOGRAPHY

Научная статья

УДК 81`33

doi: 10.17223/22274200/33/1

Психологические и экстралингвистические аспекты французской и английской неографии

Елена Ивановна Архипова¹

¹ *Новосибирский государственный технический университет,
Новосибирск, Россия, elena1503@inbox.ru*

Аннотация. Рассмотрены экстралингвистические причины возникновения новых единиц и псевдонеологизмов во французском и английском языках, а также объективность их отбора для включения в словарь с точки зрения психологии восприятия новизны и факторов, которые влияют на ответы участников онлайн-опросов. Описан процесс диффузии неологизмов среди членов языкового сообщества. Представлен механизм верификации неологизмов для включения в лексикографический справочник с помощью сервиса Google Trends.

Ключевые слова: неологизмы, неография, верификация неологизмов, восприятие новизны, диффузия неологизмов, французская лексикография

Для цитирования: Архипова Е.И. Психологические и экстралингвистические аспекты французской и английской неографии // Вопросы лексикографии. 2024. № 33. С. 5–28. doi: 10.17223/22274200/33/1

Original article

doi: 10.17223/22274200/33/1

Psychological and extralinguistic aspects of French and English neological lexicography

Elena I. Arkhipova¹

¹ *Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russian Federation, elena1503@inbox.ru*

Abstract. The article aims to identify trends in modern neological lexicography, consider different approaches of lexicographic projects to the selection of potential neologisms and the creation of new dictionary entries. The scientific originality of the work lies in the analysis of the psychological and extralinguistic aspects of the selection of neologisms in French and English dictionaries. The main research material is neologisms collected using a continuous sampling method from French and English electronic lexicographic editions, such as Académie Française, Le Robert, Le Petit Robert, Larousse, American Dialect Society, Cambridge Dictionary, Merriam-Webster, Australian National Dictionary Center, etc. Methodologically, the study employs the method of structural-semantic description of new lexical units – interpretation of neologisms using observation techniques, intralingual comparison, sociolinguistic interpretation; the method of lexicographic analysis – the study of language units from the point of view of lexicography allows us to systematize language material, identify its features using various techniques; the method of contextual analysis – observation of changes in the meaning of a word relative to its contextual environment. The author examines the objectivity of the selecting criteria, based on online survey results from the point of view of the psychology of novelty perception. A number of factors are considered that influence the survey participants' responses and affect the legitimacy of the selection. The article describes the process of neologisms' diffusion among the members of society, and its main elements are: innovation, communication channel, time and social system. Various points of view are given on the methodology for considering potential neologisms. The author comes to the conclusion that it requires an extended lexicographic approach, which is a hybrid of the corpus and lexicographic approaches. Due to the emergence of new digital programs we can witness new factors that complicate the lexicographer's work, such as special applications for increasing the percentage of text uniqueness. The article examines the extralinguistic reasons for the emergence of new units caused by language policy. According to the data collected for the research, online survey results rarely correspond to those obtained by the expert team; therefore, we present another option, the Google Trends service, for the verification of neologisms before the inclusion into the dictionary.

Keywords: neologisms, neological lexicography, verification of neologisms, perception of novelty, diffusion of neologisms, French lexicography

For citation: Arkhipova, E.I. (2024) Psychological and extralinguistic aspects of French and English neological lexicography. *Voprosy leksikografii – Russian Journal of Lexicography*. 33. pp. 5–28. (In Russian). doi: 10.17223/22274200/33/1

Введение

Неологизмы – динамичный пласт языка, особенная лингвистическая категория, которая документирует языковые изменения и является серьёзной проблемой для переводчиков и разработчиков лингвистического компьютерного обеспечения. Однако не существует единых хронологических, пространственных и социальных измерений, в рамках которых можно было бы проверить новизну словарного состава языка [1. С. 81–92].

Психические (ментальные) ресурсы человеческого сознания обновляются благодаря заимствованным концептам, осмыслению новой информации. Культурно-языковые контакты ведут к заимствованию концептов и заполнению концептуальных лакун [2. С. 208]. Тем не менее данный процесс не всегда идёт естественным путем – появляются новые факторы, усложняющие работу лексикографа. Рассмотрим современные источники возникновения неологизмов, а также процедуру их отбора для включения в словарь, проанализируем экстралингвистические причины, влияющие на легитимность отбора.

Материалы и методы исследования

Основным материалом исследования выступают неологизмы, собранные методом сплошной выборки из французских и английских электронных лексикографических изданий.

Была проанализирована информация, представленная в различных лексикографических источниках, таких как *Académie Française* [3], *Larousse* [4], *Le Petit Robert* [5], *Le Robert* [6], *American Dialect Society* [7], *Australian National Dictionary Center* [8], *Cambridge Dictionary* [9], *Merriam-Webster* [10] и других, что не только дало возможность выявить тенденции неологизации, но и различные подходы изданий к отбору и включению новых словарных статей.

Новизна работы заключается в анализе психологических и экстралингвистических аспектов отбора неологизмов во французских и английских лексикографических проектах.

Поставленная цель исследования – выявить тенденции современной неографии, рассмотреть различные подходы лексикографических произведений к отбору потенциальных неологизмов и созданию новых словарных статей – предопределила использование следующих методов. Метод структурно-семантического описания новых лексических единиц – интерпретация неологизмов с использованием приемов наблюдения, внутриязыкового сопоставления, социолингвистической интерпретации; метод лексикографического анализа – систематизация языкового материала, выявление его особенности с помощью различных приемов; метод контекстуального анализа – наблюдение за изменением значения слова относительно его контекстуального окружения.

Результаты исследования

С.И. Тогоева объясняет высокую активность процесса заимствования иноязычных слов потребностями носителей языка, социума, который предопределяет состав языка. Однако автор подчёркивает, что если единство коммуникативных потребностей связано с совместной деятельностью людей, когнитивная деятельность сугубо индивидуальна [11. С. 10].

Д.В. Колесов, главный научный сотрудник Института возрастной физиологии РАО, в своей работе «Психология восприятия новизны» называет память фильтром восприятия или полем сопоставления. Применительно к неологии эту мысль можно прокомментировать следующим образом: любое прочитанное или услышанное слово изначально имеет маркер новизны, которого оно лишается после процесса осознания. Помимо его отнесения к разряду «новых» или «не-новых», есть немаловажный этап осознания его тождественности – узнаваемости. Восприятие новизны напрямую связано с механизмом фиксации воспринимаемого в памяти.

Автор говорит о множестве ячеек памяти, которые заполняются новым знанием, таким образом неологизм заполняет новую ячейку, а «не-неологизм» лишь усиливает уже заполненную. Несовпадение характеристик нового слова с уже имеющимися в памяти человека является признаком его новизны. Однако в любом механизме могут слу-

чаться сбои, и слово может восприниматься как новое, таковым не являясь. Оценка ранее воспринятого является основой для восприятия всего последующего, поэтому чем языковой и жизненный опыт человека больше, тем более объективными будут его реакции на новизну.

Потребность человека в новом заложена на физиологическом уровне, отсутствие новых стимулов оказывает на психику негативное воздействие в виде нейропсихических и поведенческих расстройств.

Относительно выделенных автором разновидностей новизны, можно проанализировать новизну неологизмов в сознании носителя языка:

1. Подлинная новизна – слово является новым для индивида, его никогда ранее не слышали и не воспринимали.
2. Кажущаяся новизна – индивид ранее встречался с этим словом, но в силу его незначимости для себя забыл.
3. Ситуационная новизна – знакомое ранее слово встречается в новой ситуации.
4. Условная новизна – индивид встречал это слово, но выявил его ранее неизвестные черты [12. С. 76–91].

Распространение новых слов проходит подобно процессу диффузии инноваций (рис. 1), описанному Э. Роджерсом. Диффузия – это процесс, в течение которого нечто новое распространяется среди членов социума. Четырьмя главными элементами диффузии являются: инновация, коммуникационный канал, время и социальная система [13. С. 6–10].

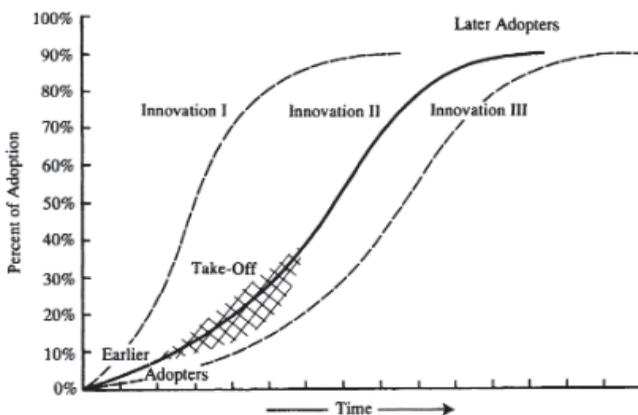


Рис. 1. Процесс диффузии инноваций

В нашем случае под инновацией выступает слово, значение слова, идиома, узусально существующие в определённый период в определённом языке, подязыке, языковой сфере и не существовавшие в определённым образом ограниченный предшествующий период в том же языке, подязыке, языковой сфере [14. С. 196]. S-образная кривая демонстрирует процесс вхождения неологизма в состав языка, однако следует помнить, что не всякая инновация необходима в силу различных причин.

Взяв за основу теорию инноваций Э. Роджерса, можем выделить характеристики, которым должны обладать потенциальные неологизмы:

1. Относительное преимущество – положительная оценка языкового сообщества, превосходство данной языковой единицы над потенциально возможными или существующими.
2. Соответствие – степень соответствия новой единицы нормам языка и потребностям его носителей.
3. Простота – степень сложности для понимания.
4. Применимость – встречаемость в реальной речи.
5. Скорость распространения.

Неологизмы, обладающие всеми данными характеристиками, с большей вероятностью получают распространение.

Основным коммуникационным каналом передачи информации на сегодняшний день выступают средства массовой информации, преимущественно интернет-сайты.

Время – элемент процесса диффузии, который понимается тройко: время перехода стадии, когда индивид узнаёт слово, к стадии, когда он готов принять / отвергнуть его существование; время, затраченное на его принятие относительно времени, затраченного на адаптацию других подобных языковых элементов; скорость вхождения в употребление языковым коллективом за определённый промежуток времени.

Не для всех неологизмов шкала диффузии будет выглядеть так, как показано на рис. 1. Процесс вхождения неологизма в язык может быть более быстрым, тогда кривая будет идти резко по восходящей, в случаях с более медленным вхождением в употребление кривая будет пологой.

Правомерность отбора неологизмов языковым сообществом

С одной стороны, субъективное ощущение нового, о котором говорилось ранее, не должно сводиться исключительно к восприятию

лексикографа, поэтому встаёт вопрос необходимости проверки присутствия чувства новизны у всего языкового сообщества. С другой стороны, это трудоёмкий, почти невыполнимый процесс, который в конечном итоге также не будет надёжным источником информации.

Лексикографический метод подразумевает, что словарь принимается за авторитет, поскольку представляет собой стабильный ресурс с фиксированным количеством слов и неологизмов в том числе. На первый взгляд, метод кажется логичным, однако существует ряд причин, по которым слова не были зафиксированы в словарях: слово может быть редко используемым, специализированным, устаревшим, случайно пропущенным в силу субъективного решения лексикографа и т.д.

В процессе исключения слов, которые уже были зафиксированы в словаре, автоматический поиск может столкнуться с проблемой лемматизации: поиск по лемме даёт контексты с упоминанием всех словоформ одной лексемы. К примеру, существительные, не имеющие множественного числа, представлены в словаре только в единственном числе, поэтому любое их появление кажется неправильным или неологическим:

Oil – noun [U]

UK /ɔɪl/ US

oil noun [U] (FUEL)

‘a thick liquid that comes from under the Earth’s surface that is used as a fuel and for making parts of machines move smoothly’ [9].

Словарная статья содержит помету [U] ‘uncountable or singular noun: a noun that has no plural’, что означает невозможность использования этого слова во множественном числе. Однако использование слова *oils* не является неправильным или неологичным, так как обозначает различные виды масел: ‘That process has significant potential and produces a range of carbon-based oils and products’. Подобного рода несоответствия могут стать серьёзной проблемой для автоматизированных систем отбора лексики.

Ложные кандидаты в неологизмы встречаются из-за неполноты словарей, а также ошибок в печатном тексте. К примеру, в «Национальном корпусе русского языка» помимо основного корпуса можно найти газетный, устный, поэтический, исторический и другие разделы. Отдельного интереса заслуживает язык социальных сетей, пред-

ставляющий собой коллекцию записей в блогах и сообщений в мессенджерах из открытых источников. Целью данного корпуса является отражение изменений живого языка, в котором неминуемо присутствуют ошибки и опечатки: 'Ищу на 1год. 1к. квартиру в пешой доступности к адресу: Spyrou Kurgianou Ave 23C, Limassol. Бюджет не болие 750 €' [15].

Современные интернет-издания прибегают к использованию специальных приложений, таких как «Генератор опечаток» [16], который автоматически создаёт опечатки и грамматические ошибки, для того чтобы повысить процент уникальности текста контента (рис. 2).

Современные интернет-издания помимо случайно встречающихся опечаток, прибегают к использованию специальных приложений, например, «Генератор опечаток», который автоматически создаёт опечатки и грамматические ошибки для того, чтобы повысить процент уникальности текста контента.

Текст для обработки *
9723 осталось

Перевести текст в нижний регистр символов
 Опечатки для английских символов

Удалить лишние пробелы

Для русских символов: Если предыдущее слово написано на английском - продолжать печатать русские слова в английской раскладке клавиатуры. Печатать кол-во слов, после чего вновь возвращать русскую раскладку клавиатуры: (0 - не продолжать на английской раскладке)

Объем текста для замены на опечатки (в %). 100% - весь текст, 0% - без опечаток.

Рис. 2. Исходный текст для преобразования в «Генераторе опечаток»

Результат генерации

Статистика:

Всего замен на опечатки	24
Интервал замен, символов	10
Русских слов в английской раскладке	0

Современные интернет-издания помимо случайно встречающихся опечаток, прибегают к использованию специальных приложений, например, «Генератор опечаток», который автоматически создаёт опечатки и грамматические ошибки для того, чтобы повысить процент уникальности текста контента.

Рис. 3. Результат преобразования текста инструментом «Генератор опечаток»

Как мы видим, можно указать процент текста для замены на опечатки. Подобного рода программы искусственно создают трудности для автоматического распознавания текста (см. рис. 3).

Корпусный подход к поиску неологизмов подразумевает, что любое слово, зафиксированное в недавнем тексте и отсутствующее в более ранних, является неологизмом. В данном случае основной корпус языка выступает в качестве эталонного, специализированный корпус сравнивается с ним, а те слова, которые выделяются методом исключения, получают статус неологизмов. Несмотря на большой массив данных и их актуальность, перед лингвистами встаёт ряд проблем. Если исключить из списка слов опечатки и имена собственные, остаётся проблема неохваченного массива текстов, которые при их включении создадут огромное количество псевдонеологизмов. Данная проблема решается ручной фильтрацией, что затрудняет процесс поиска.

Имена собственные получают статус неологизмов, когда используются как обозначения новых реалий, например, 'Коркунов', 'Елисейский' и т.д. При корпусном подходе названия, включая аббревиатуры, будут автоматически отобраны как потенциальные неологизмы. А если учесть количество различных организаций и компаний по всему миру, бóльшую часть словаря неологизмов будут составлять именно они.

Создатели *Logoscope* рассматривают применение корпусного подхода в французской неографии. Данный инструмент идентифицирует новые единицы в анализируемых ежедневно статьях. Слова и словоформы проходят проверку на вхождение в корпус французского языка. Вторым этапом отбора является работа эксперта-лингвиста, который решает, какие единицы отвечают лексикографическим критериям, принимая во внимание социокультурный контекст. Эксперт определяет, является ли данная единица новым словом, какова его грамматическая категория, особенности образования. Третий этап заключается в документировании неологизмов, их грамматической категории и способа образования, контекста употребления, информации о журнале (дата, автор), тематического контекста, например:

météosensible

- Adjectif - ÉCONOMIE-Commerce | ÉCONOMIE-Finance | SOCIÉTÉ-Travail et Métiers - Position initiale - Morphosémantique - 27/01/2017 - Le Figaro - MATHILDE GOLLA - Lien -

Contexte: "70 % de l' économie est «météosensible», autrement dit tributaire des aléas climatiques. Pendant la vague de froid qui traverse la France, les distributeurs adaptent leurs rayons en fonction de la météo." [17].

Кроме того, на данной странице можно увидеть график использования искомой единицы (рис. 4).

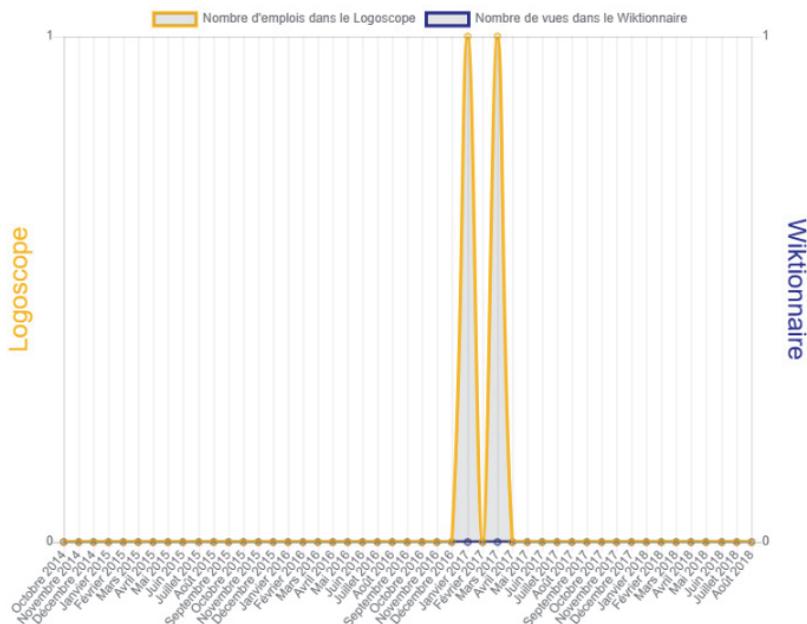


Рис. 4. График использования неологизма *météosensible* согласно проекту “Logoscope”

Весь массив единиц условно делится на реалии одной культурной области (1) и слова, обозначающие новые реалии, также появляющиеся в других странах вследствие процессов глобализации (2) [18. P. 12], например:

1) philippotiste

Contexte: "Déçu d' avoir perdu son investiture aux législatives au profit de la philippotiste Astrid Leplat, cet élu qui se définit sur la ligne «identitaire» ne mâche pas ses mots: «Marine Le Pen est influencée par son entourage, les Briois, les Bilde, les Rachline, qui s' écoutent eux-mêmes mais n' écoutent pas les autres et sont constamment dans l' invective»."

К данной группе можно отнести следующие неологизмы: *anti-macronisme*, *écolo-macroniste*, *dégagisme*, *pro-macron*, *anti-hollandisme*, *ex-lemairiste*, *afro-féministe* и другие.

2) cryptomania

Contexte: "Il faut dire que la «cryptomania» est devenue un sport national en Corée du Sud. Dans ce pays fasciné par les technologies, les échanges de bitcoins représentent environ 20 % des échanges mondiaux de la devise, près de dix fois plus que le poids de la Corée du Sud dans l'économie mondiale."

Данная группа включает в себя большой пласт неологизмов: *bitcoinmania, micro-influenceurs, robotaxi, airbnbisation, animojis, manspreading, fake-news, stand-upper, cyberassurances, postvérité, fact-checking, datalab* и т.д. [17].

Займствованные слова могут входить в язык в виде различных форм, которые отражаются в словаре, например, «матрас» и «матрац» – равноправные формы, поскольку они пришли в русский язык параллельно из разных языков, *Matratze* – заимствовано из немецкого, а *matras* – из голландского языка [19]. Слова с различными вариантами написания, к примеру:

re-elect

verb [T] (also reelect)

UK /,ri:ɪ'lekt/ US /,ri:ɪ'lekt/

to elect someone again to a particular position

reelect

verb [T]

US /,ri:ə'lekt/

to elect someone again: He was reelected despite some concerns about his personal life [9].

Методология рассмотрения потенциальных неологизмов сводится к **расширенному лексикографическому подходу**, который представляет собой гибрид корпусного и лексикографического подходов. Проверка в таком случае проводится вручную – потенциальный неологизм должен не только часто встречаться в списке исключений из основного корпуса, но также быть правильным словом (не опечаткой). Кроме того, необходимо учитывать период, в течение которого слово считается неологизмом, а именно 3 года.

Экстралингвистические аспекты современной неографии

Квебекское управление французского языка, созданное правительством провинции в 2002 г., нацелено на развитие и регулирование норм французского языка, чтобы сделать его единственным офици-

альным языком на территории Квебека. Предложения данного органа имеют серьёзное влияние на языковую политику [20].

В силу роли, возложенной Хартией французского языка на Квебекское управление по вопросам неологии, оно участвует в обогащении языка, в частности, путем создания неологизмов. Таким образом, управление способствует францизации различных секторов деятельности, быстро предлагая обозначения на французском языке.

Управление создаёт или продвигает неологизмы в случаях, когда:

- не существует адекватного французского термина для обозначения данного понятия;
- неологизм восполняет пробелы в профессиональном общении;
- неологизм происходит из специализированного языка или возникает в результате возникновения новой реалии.

Некоторые неологизмы, предложенные управлением, включены в словари, например:

mot-clic

Définition:

Mot-clé, précédé d'un croisillon, sur lequel on peut cliquer pour trouver toutes les publications qui y sont liées, dans une plateforme Web donnée.

Terme privilégié:

Le terme mot-clic a été proposé par l'Office québécois de la langue française en janvier 2011 pour désigner ce concept. Il a été formé à partir de mot-clé et de clic.

Au pluriel, on écrira: des mots-clics.

On dira, par exemple: ajouter un mot-clic à un micromessage, créer, utiliser un mot-clic ou associer un mot-clic à un mouvement, à un message.

Terme déconseillé:

hashtag

Le terme hashtag est déconseillé en français pour désigner le présent concept, notamment parce qu'il a été emprunté à l'anglais depuis peu et qu'il ne s'intègre pas aisément au français. De plus, il concurrence le terme français mot-clic, bien implanté dans l'usage au Québec.

Также в словари были включены следующие неологизмы: *le clavardage* ('чат'), *le témoin* ('файлы cookie'), *le hameçonnage* ('вид интернет-мошенничества, фишинг'), *l'infonuagique* ('облачные вычисления'), *la baladodiffusion* ('подкастинг'), *le pourriel* ('спам'), *divulgâcher* ('раскрыть сюжет, спойлерить') и другие [20].

Подобного рода политика приводит к возникновению искусственно созданных неологизмов, которые будут отражены в словарях, являясь индивидуальным решением их составителей, например, *l'invisibilisation de contenu* ('теневая блокировка в социальных сетях, shadow banning'), *le désengagement discret* ('тихое увольнение, quiet quitting'), *le thé latté à l'anglaise* ('чайный латте на основе чая Эрл Грей с тёплым молоком, экстрактом ванили и сахаром, London fog tea latte'), *le trompe-algorithme* ('изменения в языке, которые используют создатели контента, чтобы обойти попытки цензуры, algospeak') и др. Рекомендацию к использованию получают неологизмы, предложенные управлением, к примеру:

Vendredi fou n. pr. m.

Mégasolde d'avant Noël n. pr. m.

'Les termes Vendredi fou et Mégasolde d'avant Noël ont été proposés par l'Office québécois de la langue française en 2013 pour désigner ce concept. Ils s'écrivent avec une majuscule au premier nom.'

Использование данных наименований не рекомендуется:

Vendredi noir

Black Friday

'Le calque Vendredi noir, d'usage récent, est déconseillé parce qu'il n'est pas approprié sémantiquement pour désigner le concept à l'étude. En effet, l'adjectif noir, dans son sens figuré, revêt généralement une connotation négative lorsqu'il est associé au mot jour ou au nom d'un jour. Un jour noir est un jour malheureux, voire funeste, au cours duquel se produit un événement tragique pour un ensemble de personnes, par exemple les attentats du 11 septembre 2001. On a, notamment, nommé Jeudi noir le krach boursier du 24 octobre 1929, à l'origine de la Grande Dépression. Par ailleurs, l'adjectif noir peut également faire référence à la clandestinité ou à l'illégalité (le marché noir). L'emprunt à l'anglais Black Friday, d'usage récent en français, n'est pas acceptable parce qu'il ne s'intègre pas au système linguistique du français.' [20].

Кроме того, французский словарь *Académie française* запустил сайт "Dire, ne pas dire", где академики и лингвисты дают развернутые комментарии по употреблению неологизмов и заимствованных слов. Раздел "Néologismes & anglicismes" представляет собой выборку новых слов, заимствованных из английского языка, которые могут быть заменены французскими наименованиями без потери компонентов смысла:

Catwalk pour Passerelle, podium

Le 7 décembre 2023

Néologismes & anglicismes

*‘Pour dire passerelle, l’anglais emploie un nom imagé, **catwalk**, qui évoque la démarche souple de quelque félin. Mais aujourd’hui, on le trouve aussi dans des textes français traitant de la mode pour désigner l’estrade surélevée sur laquelle défilent les mannequins. C’est le sens du français podium, que l’on préférera utiliser pour nommer ce type d’installation.’ [3].*

В последнее время возник вопрос о необходимости включения новых терминов, созданных для того, чтобы избежать гендерных стереотипов. Опираясь на корпус текстов из разнообразных источников, лексикографы *Le Robert* в 2021 г. включили в словарь неологизм *iel*, который представляет собой сокращение от *il* и *elle*:

iel

Définition de iel, iels pronom personnel

rare ‘Pronom personnel sujet de la troisième personne du singulier (iel) et du pluriel (iels), employé pour évoquer une personne quel que soit son genre. Iel se définit comme non binaire. Les stagiaires ont reçu les documents qu’iels doivent signer’ [6].

Несмотря на запрет Сената Франции на использование в официальных документах инклюзивного письма, *Le Robert* напоминает о главной роли словаря – наблюдать эволюцию французского языка в движении и разнообразии. Данное лексикографическое решение приняло политический оборот. Министр национального просвещения Жан-Мишель Бланке отмечает, что «не нужно вмешиваться во французский язык, какими бы ни были причины. Неожиданные модификации французского языка пагубны для обучающихся. Французский язык достаточно сложен, и не нужно больше ничего добавлять» (перевод Е.И. Архиповой) [21].

Списки «новых слов» как источник неологизмов

Каждый словарь имеет собственные способы отбора неологизмов, на которые оказывают влияние его особенные характеристики, редакционная линия. К примеру, словарь *Larousse* каждый год публикует список новых слов, которые будут включены в словарь. Отбор достаточно строгий: частота использования, отсутствие технического жаргона и слов-однодневок, которые исчезнут так же быстро, как появи-

лись и не представляют интереса для языка и его пользователей. Приведем несколько примеров слов XXI в., добавленных в словарь *Larousse*: *flex office* – ‘готовые рабочие места или пространства с более комфортными (гибкими) по сравнению с традиционным офисом условиями аренды и с набором дополнительных сервисов’; *écoanxiété* – ‘сложная эмоциональная реакция на изменение климата и другие экологические проблемы’; *greenwashing* – ‘форма экологического маркетинга, вводящая потребителя в заблуждение относительно экологических преимуществ производимого продукта или услуг’; *ubériser* – ‘использовать цифровые технологии как в бизнес-модели UBER’; *slasheur* – ‘тот, кто выполняет несколько работ и/или видов деятельности одновременно’; *télétravailler* – ‘работать на дому’ [4].

Среди словарных статей, добавленных в французский словарь *Le Robert* в 2023 г., можно встретить следующие:

abaya nom féminin

‘long vêtement féminin qui couvre l'ensemble du corps à l'exception du visage et des mains, traditionnel dans certains pays de culture musulmane’;

écoblanchiment nom masculin

didactique ‘Fait, pour une entreprise ou un organisme, de se donner une image responsable à l'égard de l'environnement’;

factieux adjectif

‘qui exerce contre le pouvoir établi une opposition violente tendant à provoquer des troubles’;

gênance nom féminin

familier ‘Sentiment de gêne, de malaise éprouvé dans une situation embarrassante’;

wokisme nom masculin

anglicisme (souvent péjoratif) ‘Courant de pensée d'origine américaine qui dénonce, parfois de manière intransigeante, les injustices et discriminations subies par les minorités; mouvement, pensée woke’ [6].

Следует отметить, что более пятидесяти лет назад зародилась акция, которая проводится многими странами: каждый год писатели, филологи, лингвисты, культурологи и другие деятели определяют слова и выражения, которые отражают специфику года (табл. 1). В России аналог проекта был создан в 2007 г. На сегодняшний день

отбор ведут специалисты Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина [22].

Таблица 1
Результаты проектов, отбирающих «слово года» с 2015 по 2023 г.

Год	«Слово года»	American Dialect Society	Cambridge Dictionary	Merriam-Webster	Australian National Dictionary Centre
2015	беженцы	they	austerity	-ism	sharing economy
2016	брекзит	dumpster fire	paranoid	surreal	democracy sausage
2017	реновация	fake news	populism	feminism	Kwaussie
2018	новичок	tender-age shelter	nomophobia	justice	Canberra bubble
2019	протест	(my) pronouns	upcycling	they	Voice
2020	обнуление	Covid	quarantine	pandemic	iso
2021	вакцина, вакцинация	insurrection	perseverance	vaccine	strollout
2022	наследие	-ussy	homer	gaslighting	teal
2023	нейросеть	enshittification	hallucinate	authentic	Matilda

Согласно результатам голосования научного общества *American Dialect Society*, в 2023 г. таким словом стало *enshittification*. Оно описывает постепенное ухудшение работы цифровых платформ, то, как они злоупотребляют своими пользователями, бизнес-клиентами, а затем прекращают существование [7].

По версии *Cambridge Dictionary*, согласно запросам пользователей, словом года стало *hallucinate* – отсылка к галлюцинациям искусственного интеллекта, многомерному статистическому явлению из-за недостаточности данных для обучения [9].

Опубликованы лидеры *American Name Society* – *Gaza* и *Barbi*. Проводилось два раунда голосования, но члены общества не смогли прийти к единому мнению [23].

Merriam-Webster [10] и *Australian National Dictionary Centre* [8] составляют списки путем онлайн-опросов и предложений посетителей сайтов электронных словарей. В свою очередь австралийский словарь

Macquarie публикует два списка новых слов: выбор комитета и выбор пользователей (табл. 2) [24].

Таблица 2

Список «слов года» по версии австралийского словаря *Macquarie*

Год	Выбор комитета	Выбор пользователей
2015	captain's call	captain's call
2016	fake news	halal snack pack
2017	milkshake duck	family
2018	me too	single-use
2019	cancel culture	robodebt
2020	doomscrolling and rona	Karen and covidiot
2021	strollout	strollout
2022	teal	bachelor's handbag
2023	cozzie livs	generative AI

Следует отметить, что мнение экспертов и мнение пользователей совпали только в двух случаях из 8. Несмотря на популярность в социальных сетях, бóльшая часть данных единиц не нашла отражения в онлайн-версиях авторитетных словарей на данный момент.

Правомерность использования результатов онлайн-опросов в неографии

Каждую неделю команда специалистов *Cambridge Dictionary* публикует новые слова и фразы, при этом «за» или «против» включения данной единицы могут голосовать пользователи сайта. Рассмотрим процедуру голосования на примере:

friendlord *noun* [C]

UK /'frend.lɔ:d/ US /'frend.lɔ:rd/

someone who rents out a room in their house to a friend

There's limited data on friendlords, but we know the number of homeowners taking in lodgers has tripled in the last ten years. Housing expert Vicky Spratt notes: "Troublingly, such agreements are as commonplace as they are flimsy, with homeowners from younger generations renting out rooms to lodgers and friends to cover their mortgages." [thelead.uk, 26 January 2023]

Should friendlord be added to the dictionary?

- Yes! I've heard/read this word a lot.
- Definitely not!
- Let's wait and see. Maybe people will start using it.

Мы выбрали третий вариант, чтобы узнать, как проголосовали остальные пользователи, и получили следующий результат:

Thank you for voting!

Should *friendlord* be added to the dictionary?

- Let's wait and see. Maybe people will start using it. **41.33%** (93 votes)
- Yes! I've heard/read this word a lot. **36%** (81 votes)
- Definitely not! **22.67%** (51 votes)

Total Votes: **225** [25].

Как мы видим, большинство проголосовавших поддерживают включение данного неологизма в словарь. Правомерно ли включение данного неологизма на основе голосования? Существует ряд факторов, которые влияют на ответы участников опросов:

– предоставляя набор альтернатив на поставленный вопрос, автор опроса структурирует сознание участника, заставляет его подчиняться своей системе рассуждения;

– вопросы могут быть специальным образом сформулированы и предопределять ответ участника опроса, подсказывать его.

Для того чтобы получить неискажённую информацию, авторам следует придерживаться следующих принципов:

- формулировать нейтральные варианты ответов;
- предлагать различные точки зрения;
- не строить вопрос в подчеркнуто положительной (отрицательной) форме.

Верификация подобных опросов затруднена, поскольку невозможно выяснить, чем руководствовался участник при выборе той или иной альтернативы. Существует несколько сценариев:

– участник опроса соглашается с логикой составителя опроса и выбирает подходящий вариант ответа;

– участник опроса не согласен с мнением составителя, но не видит необходимости утруждать себя, пассивно соглашается, выбирая наиболее подходящий вариант ответа;

– участник опроса выражает общепринятую точку зрения на заданный вопрос, что искажает информацию о реальном положении дел;

– участник опроса механически выбирает ответ, не задумываясь о важности его голоса для принятия решения [26].

В подобного рода опросах выборка участников формируется случайно, учитывается мнение только активных пользователей сайтами. Таким образом, встаёт вопрос объективности оценки, во-первых, её дают люди, возможно, далёкие от лингвистики и лексикографии. Во-вторых, существует категория людей, которая участвует в опросах, не вчитываясь в вопросы и предложенные варианты ответов. Насколько репрезентативными будут результаты? Какая категория пользователей входит в экспертную группу? Является ли их выбор авторитетным? На чём он основывается?

Ответить на данные вопросы не представляется возможным, однако, можно использовать дополнительные механизмы верификации полученных данных, например, с помощью сервиса Google Trends [27], который предоставляет информацию о том, какие темы сейчас актуальны у пользователей.

Рассмотрим механизм верификации на примере слова года *Matilda* из табл. 1. В строке «поисковый запрос» вводим искомое слово, выбираем опции «по всему миру», «за последние 5 лет», «веб-поиск». Сервис показывает график изменения заинтересованности пользователей Интернета с датами и количеством запросов в Google (рис. 5).

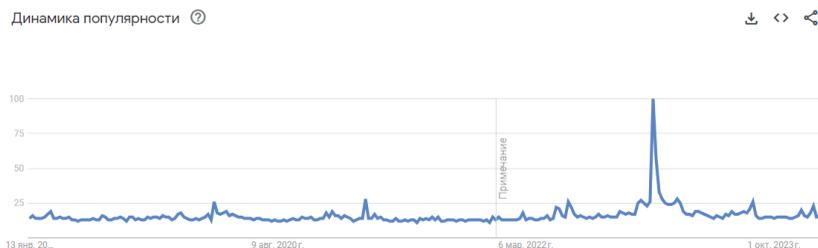


Рис. 5. Динамика популярности поискового запроса *Matilda* в Google Trends

Есть возможность проанализировать тренды за разные периоды времени – от «за последний час» до «с 2004 года – настоящее время». Так как мы говорим о популярных, новых словах в различных странах, возможность выбрать регион также важна. Количество запросов указывается для каждого региона отдельно (рис. 6).

Показательным является поиск в Google Trends французского местоимения *iel*. По графику видно, что динамика популярности данного запроса достигла своего пика в ноябре 2021 г. (рис. 7).

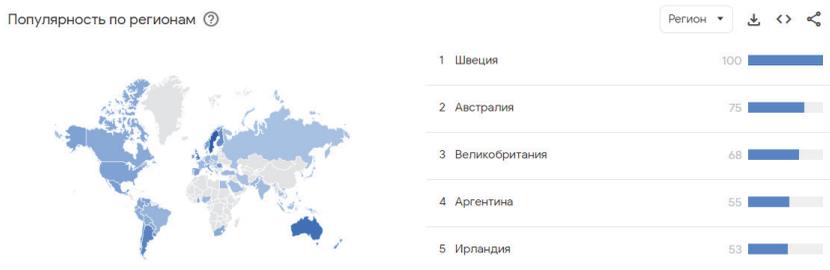


Рис. 6. Динамика популярности поискового запроса *Matilda* в Google Trends по регионам

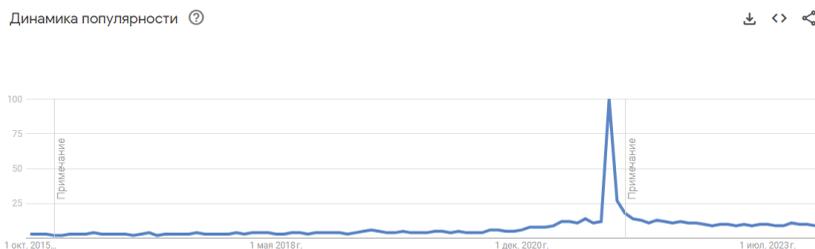


Рис. 7. Динамика популярности поискового запроса французского местоимения *iel* в Google Trends

Территориальная статистика использования данного местоимения продемонстрирована наглядно по субрегионам (рис. 8).

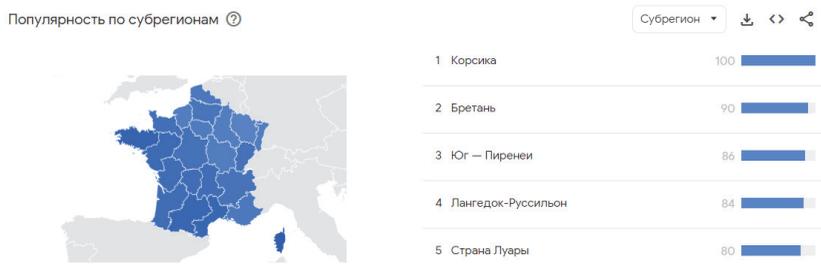


Рис. 8. Динамика популярности поискового запроса французского местоимения *iel* в Google Trends по субрегионам

На наш взгляд, подобного рода сервис может помочь анализировать актуальную информацию не только в сфере бизнеса и медиа, но и в рамках современной неографии.

Заключение

Рассмотрев тенденции современной неологизации и различные подходы лексикографических изданий к созданию новых механизмов отбора неологизмов, мы пришли к выводу, что методология рассмотрения потенциальных неологизмов сводится к гибриду корпусного и лексикографического подходов. Кроме того, многие издания используют данные опросов пользователей электронных словарей, что может служить этапом отбора, предшествующим работе команды экспертов-лингвистов.

С точки зрения психологии восприятия новизны потребность человека в новом заложена на физиологическом уровне, и этот фактор влияет на ответы участников, искажая объективность полученных результатов. Перед лексикографами встаёт вопрос интерпретации экстралингвистических причин, которые спровоцировали возникновение неологизмов и псевдонеологизмов, созданных искусственным путём, вследствие действий в рамках языковой политики.

Процедура проверки вхождения неологизма в корпус языка проводится различными способами, к которым можно добавить механизм верификации неологизмов для включения в словарь с помощью сервиса Google Trends. Данный сервис может наглядно представить информацию о динамике популярности той или иной единицы, а также территориальную картину её возникновения и использования.

Список источников

1. *Gaudin F.* (Dir.). Alain Rey, vocabuliste français. éd. Lambert-Lucas, 2011. Lambert-Lucas, Limoges, 2011. P. 81–92. URL: http://www.lambert-lucas.com/wp-content/uploads/2020/02/alain_rey_vocabuliste.pdf (дата обращения: 10.12.2023).
2. *Касьянова Л.Ю.* Когнитивно-дискурсивные механизмы неологизации. Астрахань : Астраханский университет, 2009. 319 с.
3. *Academie française.* URL: <https://www.academie-francaise.fr/catwalk-pour-passerelle-podium> (дата обращения: 09.05.2024).
4. *Larousse.* URL: <https://www.larousse.fr/> (дата обращения: 09.05.2024).
5. *Le Petit Robert.* URL: <https://www.lerobert.com/> (дата обращения: 08.05.2024).

6. *Le Robert*. URL: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/iel> (дата обращения: 11.05.2024).
7. *American Dialect Society*. URL: <https://americandialect.org/> (дата обращения: 12.01.2024).
8. *Australian National Dictionary Centre*. URL: <https://slll.cass.anu.edu.au/centres/andc/news/2023-word-year> (дата обращения: 07.01.2024).
9. *Cambridge Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/oil> (дата обращения: 11.05.2024).
10. *Merriam-Webster Dictionary*. URL: <https://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 10.05.2024).
11. *Тогоева С.И.* Современная лексикография и новые единицы номинации. Тверь : Твер. гос. ун-т, 2000. 147 с.
12. *Колесов Д.В.* Психология восприятия новизны. Развитие личности № 1. М. : Изд-во МПГУ, 2005. С. 76–91. URL: <http://rl-online.ru/articles/1-05/287.html> (дата обращения: 10.12.2023).
13. *Rogers E.* Diffusion of Innovations. New York : Simon and Schuster, 2010. 518 p.
14. *Котелова Н.З.* Избранные работы. СПб. : Нестор-История, 2015. 276 с.
15. *Национальный корпус русского языка*. URL: <https://ruscorpora.ru/corpus/blogs> (дата обращения: 09.01.2024).
16. *Генератор* печаток. URL: <https://seogift.ru/tools/generator-opechatok/> (дата обращения: 07.01.2024).
17. *Logoscope*. Documentation quotidienne des nouveaux mots français. URL: <https://logoscope.unistra.fr/> (дата обращения: 04.05.2024).
18. *Falk I., Bernhard D., Gérard C.* The Logoscope: a Semi-Automatic Tool for Detecting and Documenting French New Words From the Linguistic Project to the Web Interface. [Research Report] Université Strasbourg, 2018. 28 p.
19. *Информационный портал фонда «Русский мир»*. URL: <https://russkiymir.ru/publications/309209/> (дата обращения: 14.01.2024).
20. *Office québécois de la langue française*. URL: <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/sujets-dinteret/neologie> (дата обращения: 10.05.2024).
21. *Béraud C.* Le «iel-gate», polémique autour du pronom neuter. Agence Wam, 2022. URL: <https://agence-wam.fr/blog/pronom-iel-ecriture-inclusive/> (дата обращения: 15.12.2023).
22. *Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина*. URL: https://www.pushkin.institute/news_archive/2023-12/ (дата обращения: 15.01.2024).
23. *American Name Society*. URL: <https://www.americannamesociety.org/news/> (дата обращения: 12.01.2024).
24. *Macquarie Dictionary*. URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/blog/article/913/> (дата обращения: 11.01.2024).
25. *Cambridge Dictionary Blog*. URL: <https://www.macquariedictionary.com.au/blog/article/913/> (дата обращения: 10.05.2024).
26. *Аверьянов Л.Я.* Социология: искусство задавать вопросы. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Московский рабочий, 1998. 357 с.

27. *Google Trends*. URL: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=Matilda&hl=ru> (дата обращения: 14.05.2024).

References

1. Gaudin, F. (Dir.) (2011) *Alain Rey, vocabuliste français*. éd. Lambert-Lucas. pp. 81–92. [Online] Available from: http://www.lambert-lucas.com/wp_content/uploads/2020/02/alain_rey_vocabuliste.pdf (Accessed: 10.12.2023).

2. Kas'yanova, L.Yu. (2009) *Kognitivno-diskursivnye mekhanizmy neologizatsii* [Cognitive-discursive mechanisms of neologization]. Astrakhan: Astrakhan State University.

3. *Academie française*. [Online] Available from: <https://www.academie-francaise.fr/catwalk-pour-passerelle-podium> (Accessed: 09.05.2024).

4. *Larousse*. [Online] Available from: <https://www.larousse.fr/> (Accessed: 09.05.2024).

5. *Le Petit Robert*. [Online] Available from: <https://www.lerobert.com/> (Accessed: 08.05.2024).

6. *Le Robert*. [Online] Available from: <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/iel> (Accessed: 11.05.2024).

7. *American Dialect Society*. [Online] Available from: <https://americandialect.org/> (Accessed: 12.01.2024).

8. *Australian National Dictionary Centre*. [Online] Available from: <https://slll.cass.anu.edu.au/centres/andc/news/2023-word-year> (Accessed: 07.01.2024).

9. *Cambridge Dictionary*. [Online] Available from: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/eng-lish-russian/oil> (Accessed: 11.05.2024).

10. *Merriam-Webster Dictionary*. [Online] Available from: <https://www.merriam-webster.com/> (Accessed: 10.05.2024).

11. Togoeva, S.I. (2000) *Sovremennaya leksikografiya i novye edinitsy nominatsii* [Modern lexicography and new units of nomination]. Tver: Tver State University.

12. Kolesov, D.V. (2005) *Psikhologiya vospriyatiya novizny. Razvitie lichnosti № 1* [Psychology of perception of novelty. Personality development No. 1]. Moscow: MPSU. pp. 76–91. [Online] Available from: <http://rl-online.ru/articles/1-05/287.html> (Accessed: 10.12.2023).

13. Rogers, E. (2010) *Diffusion of Innovations*. New York: Simon and Schuster.

14. Kotelova, N.Z. (2015) *Izbrannye raboty* [Selected Works]. St. Petersburg: Nestor-Istoriya.

15. *Russian National Corpus*. [Online] Available from: <https://ruscorpora.ru/corpus/blogs> (Accessed: 09.01.2024). (In Russian).

16. *Typo Generator*. [Online] Available from: <https://seogift.ru/tools/generator-opechatok/> (Accessed: 07.01.2024). (In Russian).

17. *Logoscope*. Documentation quotidienne des nouveaux mots français. [Online] Available from: <https://logoscope.unistra.fr/> (Accessed: 04.05.2024).

18. Falk, I., Bernhard, D. & Gérard, C. (2018) *The Logoscope: a Semi-Automatic Tool for Detecting and Documenting French New Words From the Linguistic Project to the Web Interface*. [Research Report]. Université Strasbourg.

19. *Information portal of the Russkiy Mir Foundation*. [Online] Available from: <https://russkiymir.ru/publications/309209/> (Accessed: 14.01.2024). (In Russian).

20. *Office québécois de la langue française*. [Online] Available from: <https://vitrlinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/sujets-dinteret/neologie> (Accessed: 10.05.2024).

21. Béraud, C. (2022) *Le “iel-gate”, polémique autour du pronom neuter*. Agence Wam. [Online] Available from: <https://agence-wam.fr/blog/pronom-iel-ecriture-inclusive/> (Accessed: 15.12.2023).

22. *Pushkin State Institute of the Russian Language*. [Online] Available from: https://www.pushkin.institute/news_archive/2023-12/ (Accessed: 15.01.2024). (In Russian).

23. *American Name Society*. [Online] Available from: <https://www.americannamesociety.org/news/> (Accessed: 12.01.2024).

24. *Macquarie Dictionary*. [Online] Available from: <https://www.macquarie-dictionary.com.au/blog/article/913/> (Accessed: 11.01.2024).

25. *Cambridge Dictionary Blog*. [Online] Available from: <https://www.macquarie-dictionary.com.au/blog/article/913/> (Accessed: 10.05.2024).

26. Aver'yanov, L. Ya. (1998) *Sotsiologiya: iskusstvo zadavat' voprosy* [Sociology: the art of asking questions]. 2nd ed. Moscow: Moskovskiy rabochiy.

27. *Google Trends*. [Online] Available from: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=Matilda&hl=ru> (Accessed: 14.05.2024).

Сведения об авторе:

Архипова Елена Ивановна – канд. филол. наук, доцент кафедры иностранных языков гуманитарного факультета Новосибирского государственного технического университета (Новосибирск, Россия). E-mail: elena1503@inbox.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Elena I. Arkhipova, Cand. Sci. (Philology), associate professor of the Department of Foreign Languages, Faculty of Humanities, Novosibirsk State Technical University (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: elena1503@inbox.ru

The author declares no conflict of interests.

*Статья поступила в редакцию 18.02.2024;
одобрена после рецензирования 31.05.2024; принята к публикации 27.08.2024.*

*The article was submitted 18.02.2024;
approved after reviewing 31.05.2024; accepted for publication 27.08.2024.*