

НЕОЛОГИЗМИТЕ И ФРАЗЕОЛОГИЧНИТЕ НЕОЛОГИЗМИ ПРИ ПРЕПОДАВАНЕ НА БЪЛГАРСКИ ЕЗИК КАТО ЧУЖД

Даниела Константинова (Велико Търново)

Резюме:

В тази статия е направен кратък преглед на тематичните области (всекидневен живот, политика, икономика, интернет и комуникационни технологии), в които възникват най-много неологизми и фразеологични неологизми. Обобщени са някои фонетични, морфологични и семантични особености на новите думи и фразеологизми в българския език, с оглед на употребата им и тяхното място при преподаване на български език като чужд.

Ключови думи: нови думи, неологизъм, фразеологичен неологизъм, език на медиите, неофициално общуване

Neologisms and Phraesological Neologism in Teaching Bulgarian as a Foreign Language

Abstract:

This article is a brief review of the thematic areas (daily life, politics, economics, internet and communication technologies) in which most neologisms and phraseological neologisms occur. Some phonetic, morphological and semantic characteristics of new words and phraseological neologisms are discussed. Also some conclusions about their usage and their place in teaching Bulgarian as a foreign language are drawn.

Key words: new words, neologism, phraseological neologism, language of the media, unofficial communication

Наличието на нови явления и непрекъснатите обществени промени водят до появата на множество нови думи и изрази в езика на съвременния българин. Това намира отзвук и в лексикографията. На все по-голяма популярност сред младите, а и сред много филолози, се радва и интернет-сайтът www.neolog.bg – онлайн жаргонен речник на новите думи в българския език, който самите читатели имат възможност да обогатяват.

Най-много нови думи (неологизми) и нови фразеологизми (фразеологични неологизми, ФН¹) се употребяват в неофициалното всекидневно общуване и в езика на най-масовите медии – телевизия, радио, популярни всекидневници и т.н.

Целите и задачите на тази статия са най-общо да направим преглед и да определим в кои тематични области възникват най-много неологизми и ФН, както и да обобщим какви фонетични, морфологични и семантични особености имат те, защото смятаме, че това е важно за навлизането и употребата им в езика. Убедени сме, че на новите думи и изрази трябва да се обръща специално внимание при преподаване на български език като чужд.

В **неофициалното всекидневно общуване** най-многобройните неологизми в българския език са тематично свързани с начина на живот и взаимоотношенията между хората. Една част от тези думи имат изцяло номинационна функция, те назовават нови предмети и явления от действителността. Могат да бъдат в областта на **спорта**: *рафт*, *рафтинг*, *рафтър* (РНД 2010: 352), *таебо* (РНД 2010: 424); **музиката**: *попфолк музика* (РНД 2010: 331), *рейв*, *рейвър* (РНД 2010: 354); **развлеченията и услугите**: *пилинг* (РНД 2010: 234), *уелнес* (РНД 2010: 457); **кулинарията**: *дресинг* (РНД 2010: 150), *телиатели* (РНД 2010: 425) и др.

По-голямата част от неологизмите имат чужд произход. Най-често са директно транскрибирани от английски или чрез домашно суфиксално словообразуване са приспособени фонетично и морфологично: *чатвам*, *чатна* (РНД 2010: 500), *въгрейдвам* (РНД 2010: 513), *гугълвам* (<http://www.neolog.bg/nest/11/1/>), *флашка* (РНД 2010: 470) и др. По принцип броят на калкираните нови думи е малък, например *кучегон* от англ. *dogchaser* (РНД 2010: 242). Сравнително малко са тези думи, които навлизат от езици, например: *земел* от немски *Zemmel* (РНД 2010: 184), *равиоли* от италиански *ravioli* (РНД 2010: 348), *гурмè* от френски *Gourmet* (РНД 2010: 123) и т.н.

Много от неологизмите принадлежат към т. нар. интернационална лексика. Те директно или чрез адаптация са навлезли и в други славянски езици, например словашки **skajpovať**, **čatovať**, **internetový**, **emailový**, **uesběčko**, полски *mejlować*, *faksować*, чешки *faxovat*, *děvédě*, **uesběčko** и др. В този смисъл интересна теза изразява Б. Нишева във връзка с контактовите неологизми (днес най-често резултат от тясното взаимодействие между славянските езици с английски) и ситуацията с чуждоезиковите учебници като специфичен тип текстове, които все повече налагат необходимостта от разработване на темата за използване на английския като език-посредник

¹ За фразеологичен неологизъм (ФН) приемаме: *разделнооформена устойчива единица с преосмислено значение, която се характеризира с образност, експресивност и назовава и характеризира нови лица, явления, признаци, отношения или познати вече понятия, които са били наричани по друг синонимен начин.*

при общуването и обучението по славянски език и на славяноговорещи (Нишева 2010: 110).

Това, на което трябва да се обърне особено внимание при изучаването на някои адаптирани неологизми от чужд произход е, че при тях може да има съзнателно търсена експресивност и да изразяват пейоративно, иронично отношение: *кол гърла* (РНД 2010: 224), *шоу гърла* (РНД 2010: 510), *гей-так* (<http://www.neolog.bg/nest/6/1>) и др.

Сред неологизмите в българския има и такива с домашен произход. Някои служат за назоваване на лица, извършващи дадена дейност *сотаджия* (РНД 2010: 398) или привърженици на различни партии или политически формации: *гербаджия*, *гербист*, *гербер* (РНД 2010: 113), *царист* (РНД 2010: 494). Много „домашни“ жаргонни неологизми освен номинационна имат и силно експресивна функция: *дебелариум* (РНД 2010: 125), *мъжемелачка* (РНД 2010: 292), *легнал* (*лежащ*, *полегнал*, *спящ*) *полицай* (РНД 2010: 245), *бъцкам* (<http://www.neolog.bg/nest/12/1>). Когато тези думи се разясняват на изучаващите български език чужденци, трябва да се обърща внимание и на начина на формиране на тяхната семантика. Например някои глаголи, а и съществителни имена, всъщност не са нови, а са преминали през процес на неосемантизация, т.е. са придобили ново значение, получено чрез преосмисляне: *бича* – работя (<http://www.neolog.bg/nest/12/1>), *копам* – занимавам се с оперативна (досадна) работа (<http://www.neolog.bg/nest/12/1>), *моторетка* – жена, която прави безразборен секс (<http://www.neolog.bg/nest/5/2/>) и др. Има и такива (предимно жаргонни), които са образувани чрез игра със звуковия и смисловия състав на думите: *вченептявам* (<http://www.neolog.bg/nest/6/1>), *алконавт* (<http://www.neolog.bg/nest/3/1>) и др.

Във всекидневното общуване се употребяват и много ФН. Те се отличават с голяма образност и експресивност: *друга бира съм* (РНД 2010: 151), *куха лейка* (<http://www.neolog.bg/nest/6/2/>), *избивам / избия рибата* (РНД 2010: 186), *опъвам ластичи* (<http://www.neolog.bg/nest/12/2/>), *върщам в първи клас* (<http://www.neolog.bg/nest/12/1/>), *късам си тениската* (<http://www.neolog.bg/nest/6/2/>) и др. При обучението по български език като чужд трябва да се обърща специално внимание на подобни изрази и фразеологизми, не само защото са популярни и правят речта образна, а и заради това, че тяхното неразбиране често може да доведе до неприятни ситуации, дори културен шок.

В публицистиката и най-вече в езика на медиите най-много нови думи възникват в *областта на политиката*. Езикът на средствата за масова информация е обект на голям интерес, защото съдържа елементи, които са както нови и актуални, така и „съзнателно“ извън книжовни. Тук често се употребяват думи в преносен смисъл, жаргонни изрази, налице е завишена

метафоричност и образност. В езика на медиите има много ФН и популярни крилати фрази (Константинова 2008). Някои от тях служат за назоваване и експресивно характеризират лица или явления от съвременната обществена действителност в България: *добре облечен бизнесмен* (РНД 2010: 148), *новите българи* (РНД 2010: 301), *мутренски барок* (РНД 2010: 291), *бунт на мравките* (РНД 2010: 82), *медиян комфорт* (РНД 2010: 267) и др. Някои от ФН се отнасят до различни действия, свързани с политиката: *преяждам с власт* (РНД 2010: 340), *гласувам с краката си* (РНД 2010: 116), *заиграва / заиграе метлата* (РНД 2010: 273) и др. Ето няколко примера от пресата:

„Преди 16 години българите са гласували с краката си, бягайки от страната, а днес гласуват със стиснати зъби, защото няма кой да чуе гласовете им” (в-к „Капитал”, бр. 42, 20.10.2006); „Колкото по-голяма плазма имаш вкъщи, толкова по-вероятно е интериорът на жилището ти да е в стил мутренски барок” (сп. Бела, бр.8, август 2009). “Лимит на кметския мандат – инъекция срещу преяждането с власт” (заглавие в-к “Монитор”, 25.05.2010); „Батков подкрепи бунта на мравките” (http://www.bgfootball.com/news.php?group_id=38). Много от ФН, мотивирани от обществено-политическия живот, изразяват присмех и ирония. Голяма част от тях съдържат ценна извънезикова информация за живота на българина, за начина, по който той реагира на дадени ситуации в обществото, дори за някои черти от манталитета и светоусещанията. Затова смятаме, че имат особено място в обучението по български език за чужденци.

Една голяма част от неологизмите в съвременния ни език се отнася до **икономиката и бизнеса**. В повечето случаи става дума за термини, които нямат точно съответствие и поради тази причина са навлезли в езика директно, чрез транслитериране или транскрибиране от английски и са интернационални:

фючърс (РНД 2010: 481); *франчайзинг* (РНД 2010: 477); *лейбъл* (РНД 2010: 245); *офшорен* (РНД 2010: 313) и т.н. Открихме и няколко ФН свързани с икономиката и бизнеса: *инфлационна спирала* (РНД 2010: 202), *бизнес ангел* (РНД 2010: 61), *данъчен оазис (рай)* (РНД 2010: 123).

Много неологизми има и в областта на **интернет и комуникационните технологии**. Освен строго специализирани термини тук се срещат и думи, без които всекидневният живот става все по-немислим: *блог*, *блогър* (РНД 2011: 70), *торент* (РНД 2011: 440), *скрийнсейвър* (РНД 2011: 390). В повечето случаи новите думи, свързани с интернет и комуникационните технологии навлизат директно от английски, но има и такива, при които наблюдаваме морфологична адаптация към българския език: *зуумвам / зуумна* (РНД 2010: 185), *даунлаудвам* (РНД 2010: 124), *геймърски* (РНД 2010: 111) и т.н. Например в един популярен български сайт за видео-споде-

ляне пише следното: „За да ползваш тази функция, трябва да си логнат в акаунта си. Можеш да се логнеш от тук...”.

Понякога адаптираните неологизми имат за цел да привлекат вниманието, например като тези в популярна реклама на бира, в която са изредени множество чуждици, с цел да се акцентира именно върху това, че бирата е българска: „Преди имахме съвещания, сега имаме митинги, имахме портиери, а сега рецепционисти, секретарките вече са офис-мениджъри, ръководителите – генерални мениджъри, гледаме сиди и дивиди, ядем попкорн, чипс и фаст фууд, четем блогове, адваме френдове...”. Подобни чужди думи, получили български словообразователни форманти, са много популярни сред младите, друг е въпросът до каква степен те са разбираеми за по-възрастните българи.

Важно е да отбележим, че в езика ни навлизат и такива неологизми, за които има точни български съответствия, но се употребяват по-рядко. При повечето такива думи и изрази в речниците има маркер „*нежел.*”, който показва, че употребата им е неспоредителна и е по-добре да се ползва домашната дума: *дискаунт* – намаление, отстъпка (РНД 2010: 145), *дивелъпър* – разработчик (РНД 2010: 141), *криейтив директор* – творчески директор (РНД 2010: 237), *супервайзер* – надзорник, отговорник, контролър (РНД 2010: 417), *медиатор* – посредник (РНД 2010: 266) и т.н.

Изучаването на новите думи, изрази и ФН е особено важно за пълноценната и адекватна комуникация между чужденците, изучаващи един език, и носителите на езика. Повечето неологизми са от чужд произход (навлизат от английски), защото по принцип заемането на чужда лексика е един от основните начини за обогатяване на езиците. Приемаме твърдението на Ю. Стоянова, че заимстването на лексикални единици от чужд произход е процес, който характеризира развитието на всички книжовни езици (Стоянова 1999: 24).

Накрая ще отбележим, че във връзка с цитираните в тази статия неологизми и ФН беше направено анкетно проучване сред десетина чуждестранни студенти, изучаващи български език (ниво напреднали). Много от цитираните по-горе думи бяха напълно непознати за тях, други, в това число и фразеологизми, бяха вече известни, чути по радиото, телевизията или научени от разговори с български колеги. На няколко от анкетирания студенти бе направило силно впечатление, че в българския се употребяват прекалено много английски думи, а по улици, магазини, билбордове и т. н. има многобройни надписи на английски. Този факт безспорно има отношение и към характера и народопсихологията на съвременния българин. Това много точно е доловено и от съставителите на „Речник на новите думи в българския език (от края на ХХ и първото десетилетие на ХХІ век)”, които поместват следния коментар на задната корица на речника

„В неговото съдържание се оглеждат новостите в живота, а също – мисленото и отношението към действителността на съвременника – човек с широка култура и стремеж да не изостава от техническия прогрес, отворен към модерно и чуждо, без винаги да оглежда домашния речников запас, но заедно с това – традиционно склонен и към активно словотворчество, към остроумни метафори, към критичност и насмешка” (РНД 2010).

Литература:

- Константинова 2008: КОНСТАНТИНОВА, Д. *За някои фразеологични неологизми в българския език*. В: Славистични проучвания. Сборник в чест на XIV международен славистичен конгрес. Велико Търново, 2008, 57–66.
- РНД 2010: *Речник на новите думи в българския език* (от края на XX и първото десетилетие на XXI век), (ред. Е. Пернишка, Д. Благоева, С. Колковска), София. Изд. „Наука и изкуство”, 2010.
- Нишева 2010: НИШЕВА, Б. *Лексикалните неологизми в преподаването на чужд език*. В: Преподаването на български език като чужд в славянски и неславянски контекст. Бърно, *porta Balcanica* 2010, 105–110.
- Стоянова 1999: СТОЯНОВА, Ю. *Интернационализация на словашкия и българския речников състав*. В: Съпоставително езикознание, XXIV, 1999, № 2–3, 24–33.
<http://www.neolog.bg>