

**Г. Никипорец-Такигава  
(Токио)**

**Неологизмы: метод поиска при помощи маркеров  
новизны («как сейчас говорят») и  
пределы компьютерных возможностей**

**Введение**

Если двадцать лет назад каждому не чуждому стремления говорить грамотно россиянину достаточно было приобрести один из самых популярных лексикографических продуктов — словарь Ожегова, то сегодня лексикографы существенно затруднили выбор. Лексикография переживает бум, заметный по полкам книжных магазинов. Причин бума несколько.

Первая в том, что словарь — наиболее рентабельное вложение усилий лингвиста, так как является почти единственным жанром лингвистической литературы, пользующимся хотя бы некоторым читательским спросом.

Вторая причина в современном состоянии русского языка, которое характеризуется стилистическим и лексическим упрощением, снятием дихотомии «разговорная речь — книжная речь», стремлением к разрушению системы функциональных стилей и использованию одного стиля — разговорного. Это требует признания за элементами разговорного стиля речи и периферийными по отношению к системе языка подсистемами, такими как просторечие, жаргонизмы, арготизмы, обценизмы, права на подробное лексикографическое описание в любых толковых словарях, хотя ранее они систематически описывались лишь в специализированных.

Третья причина в изменении представлений о языковой норме. Традиционно толковый словарь понимается как инструмент культивирования нормы, однако в нынешних условиях чрезвычайной абстрактности представлений о её границах, он вынужден отражать как можно более широкий лексический спектр языка. Ранее лексикографы могли опираться на определение А.М. Пешковского («языковая норма — это то, что было вчера, отчасти то, что есть сегодня, но отнюдь не то, что будет завтра» (Пешковский 1959:54-55)) и не торопиться отражать в словаре любое услышанное слово, сейчас языковая ситуация диктует прямо противоположную стратегию поведения.

Очевидно, задача фиксации и описания всего лексического состава языка является практически невыполнимой при помощи потенциала

традиционной печатной лексикографии. Чем больше единиц создатели стремятся включить в словарь, тем объемнее становится словарь. Напротив, коммерческая продукция тонка и удобна, но отличается неполнотой и, в целом, сомнительными критериями отбора лексических единиц.

Для печатных словарей оказывается также затруднительной задача фиксации актуального состояния разговорной речи, так как это не статичная, но динамично меняющаяся субстанция. Чем тщательнее и профессиональнее словарь, тем больше лет уходит на его создание. В результате, сегодня напечатанный словарь всегда отражает день вчерашний. Что, безусловно, не умаляет его ценности в будущем.

На помощь традиционной лексикографии приходят компьютерные ресурсы. Они могут использоваться для составления словаря и формирования картотеки употребления слова при составлении печатного словаря или служат инструментом и базой для создания электронного словаря. Мы в данной статье предлагаем компьютерный метод поиска неологизмов для печатного и электронного словаря современного русского языка<sup>1</sup>.

## **I. Метод компьютерного поиска неологизмов с использованием маркеров новизны**

### **1. Описание метода**

Наличие Интернета несколько упростило и существенно убыстрило процесс составления словаря современного русского языка. Например, с помощью Интернет-поисковых машин в Интернете можно вести поиск неологизмов по элементарным запросам: «как сейчас говорят», «как сейчас принято говорить». По таким запросам Google отыскивает 60 700, 83 400; Yandex — 62 962, 67 637 примеров, часть которых содержит неологизмы. Но так как большинство примеров оказывается нерелевантным запросу (повторы документов, повторы неологизмов, устаревшие явления быстрой языковой моды), поиск в Интернете оказывается непродуктивным. Мы попробовали применить для поиска неологизмов более совершенную поисковую систему — поисковик «Интегрума». Поисковик «Интегрума» оптимизирует процесс поиска неологизмов, позволяя сократить временной интервал поиска и задать к поиску сложный запрос, который объединяет любое количество контекстов, в которых гипотетически может встречаться неологизм:

*(как :0 ((в :0 (наш\* или посл\*) :0 (годы или время или дни)) или сейчас или нынче или ныне или сегодн\* или теперь) :0 (принято или обычно) :2 (говор\* или выраж\* или называ\*)) или (как :2 (сейчас или теперь или нын\*) :2 (говор\* или выража\* или называ\*))*

По такому запросу «Интегрум» отыскивает во всех своих базах, которые представлены 6 821 источниками, за год с 30.11.2006 по 30.11.2007 7 103 примера, большинство из которых содержит неологизмы<sup>2</sup>:

- (1) *В ноябре американский доллар поставил, как теперь выражаются, новый **антирекорд*** (Газета Слово, 30.11.2007).
- (2) *Видимо, сельчанам нужна была **амбициозная мотивация**, как принято говорить в наши дни, а коли таковой не хватало, ее следовало инициировать* (Деловая Пенза, 12.11.2007).
- (3) *Картина, еще не пройдя испытания зрителем и временем, стала, как сегодня принято говорить, «**статусной**»* (Экран и сцена, 08.02.2007).
- (4) *Конечно, он понимает, что давно стал, как теперь говорят, одним из **брендов** Екатеринбурга, знаковым явлением его культурной жизни* (Бизнес-журнал, 24.07.2007).
- (5) *И даже не из-за мизерных объемов поставок, а прежде всего потому, что это вещи на любителя или, как сейчас принято говорить, **нишевые товары*** (Sostav.Ru., 30.11.2007).
- (6) *Он, как сейчас принято говорить, **позиционирует** себя в таком качестве* (Домоскоп Weekly, 01.01.2007).
- (7) ***Знаковый**, как принято сейчас говорить, фильм* (Тверская жизнь, 20.03.2007).
- (8) *На НТВ же решили, ничтоже сумняшеся, и вовсе, как теперь принято выражаться, особо не «**заморачиваться**» и не *искать от добра добра* (Литературная газета, 28.12.2006).*

Можно сократить выдачу, ограничив поле для поиска выбранными из таблицы результатов поиска (таб. 1) несколькими наиболее репрезентативными группами источников: «Интернет-издания», «Региональная пресса», «Центральные газеты», «Теле-Радио Эфир». Группу «Зарубежная пресса» можно не рассматривать, так как «Интернет-издания» включают немалое число русскоязычных изданий ближнего и дальнего зарубежья<sup>3</sup>.

**Таблица 1. Количество документов по запросу по группам источников:**

СМИ: Зарубежная пресса	718
СМИ: Интернет-издания	1036
СМИ: Информагентства РФ, СНГ	230
СМИ: Компьютерная пресса	24
СМИ: Мировые информационные агентства	95
СМИ: Мониторинг	111
СМИ: Региональная пресса	2539
СМИ: Теле-Радио Эфир	638
СМИ: Центральные газеты	1284
СМИ: Центральные журналы	377
Законодательство	1
Информация официальных учреждений	34
Каталоги промышленной продукции	1
Персоналии	11
Страноведение	4

Глубину корпуса можно регулировать при помощи операнда «не», отсекая в запросе давно функционирующие в языке неологизмы (*элитный, харизма, евразийский, менталитет, креативность*). При помощи того же операнда можно снять повторы одного и того же неологизма<sup>4</sup>.

## **2. Пределы компьютерных возможностей**

Как бы исследователь не усложнял запрос, список неологизмов, полученный предложенным методом, будет неполным. Существуют пределы компьютерных возможностей, связанные с (2.1) **особенностями компьютерной базы данных**, в которой производится поиск, с одной стороны, и с (2.2) **особенностями неологизмов**, поиск которых осуществляется при помощи компьютерных ресурсов.

**2.1. Особенности компьютерной базы данных «Интегрума»** в том, что в ней, в отличие от Интернета, не представлены чаты и блоги. Поэтому при использовании в исследованиях «Интегрума» порождает дискуссии вопрос о том, можно ли считать языковой материал, полученный в его базах, материалом всего языка. В некоторой степени такие опасения правомерны. Из-за того, что в «Интегруме» содержатся практически все электронные версии современных СМИ, но существенно скромнее

представлены другие сферы использования языка, его можно рассматривать как корпус языка СМИ.

Против этой точки зрения и за «Интегрум» как корпус русского языка выступают два обстоятельства: все существующие на сегодня корпуса русского языка располагают малым количеством текстов, не позволяющим отыскивать в них примеры реально функционирующих в современном русском языке единиц. Интернет-поисковые машины, напротив, готовы найти в Интернете любое случайно пролетевшее мимо исследователя слово в любых волнующих воображение количествах. Так, например, в НКРЯ нет ни одного примера со словом *антигламур*, тогда как Яндекс показывает, что это слово встречается в Интернете 55 127, Google — 56 200. «Интегрум», который находит в своих базах 1 304 со словом *антигламур*, оказывается более надёжным полем для поиска языковых единиц.

Второе обстоятельство, помогающее признать «Интегрум» корпусом русского языка, а не корпусом исключительно СМИ — разрушение системы функциональных стилей, в том числе, системы газетно-публицистического стиля речи, которое делает оппозицию «язык русскоязычных СМИ — русский язык» весьма условной.

**2.2. Особенность неологизмов** заключается в том, что носители языка не всегда осознают их новизну или не всегда маркируют неологизмы при помощи соответствующих маркеров новизны или метаязыковых высказываний<sup>5</sup>: «как в наше время говорят» или «как в последние годы говорят» или «как в наши дни говорится» и многих подобных, собранных в запросе (*как :0 ((в :0 (наш\* или посл\*) :0 (годы или время или дни)) или сейчас или нынче или ныне или сегодня\* или теперь) :0 (принято или обычно) :2 (говор\* или выраж\* или называ\*)*) или (*как :2 (сейчас или теперь или нын\*) :2 (говор\* или выража\* или называ\*)*). Например, носитель языка часто маркирует как новое существительное *бренд*, но почти не маркирует существительное *тренд*, маркирует как новое прилагательное *знаковый*, но не маркирует прилагательное *репутационный*. Чтобы усовершенствовать предложенный метод поиска неологизмов необходимо, таким образом, уточнить, как работает механизм языковой рефлексии в отношении неологизмов, по каким причинам носитель маркирует и не маркирует неологизмы при помощи соответствующих метаязыковых высказываний.

## II. Маркеры новизны и факторы, определяющие их наличие / отсутствие

Для выяснения факторов, которые влияют на решение носителя языка маркировать неологизм, нами был использован метод поиска ряда не-

ологизмов, в частности, указанных в примерах 1-7, в сочетании с маркерами. Статистические результаты поиска представлены в таблице номер 2:

**Таблица 2: частотность неологизмов и частотность маркированных неологизмов:**

		частотность неологизма		частотность маркировки	
		все даты	2007 г.	Все даты	2007 г.
1.	Месседж	8 159	2 572	143	35
2.	Репутационный	9 653	2 573	1	0
3.	Бэкграунд	11 206	2 926	24	2
4.	Нишевый	13 781	4 264	9	5
5.	Мейнстрим	18 128	3 640	30	15
6.	Топовый	20 309	5 834	7	0
7.	Статусный	25 093	5 925	19	2
8.	Пафосный	36 032	6 676	29	7
9.	Резонансный	45 880	9 229	39	9
10.	Позиционировать	94 539	21 050	110	14
11.	Знаковый	160 196	32 496	598	41
12.	Мотивация	182 298	34 675	41	1
13.	Тренд	234 069	57 613	45	19
14.	Бренд	561 217	139 767	636	119

Данные, приведённые в таблице, доказывают и опровергают несколько первоначальных гипотез.

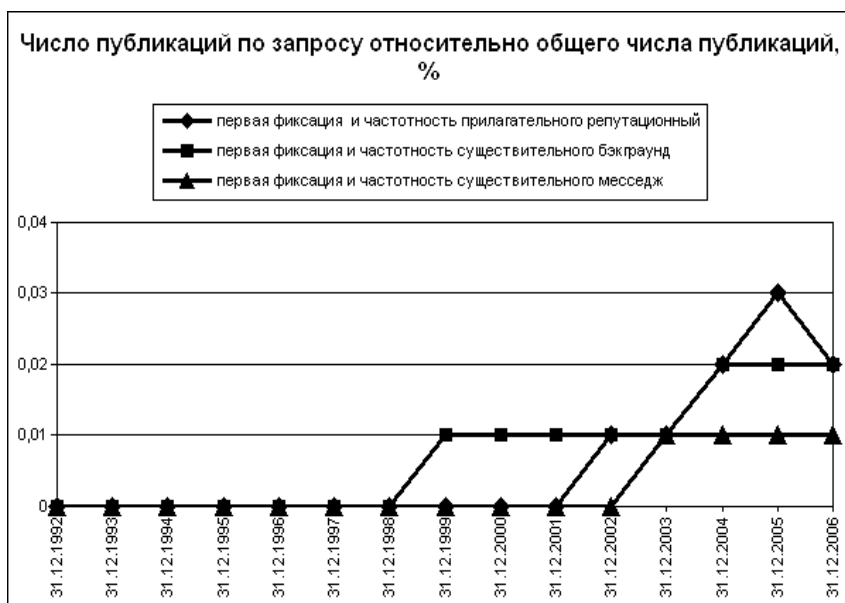
### **1. Гипотеза 1: частотность маркировки неологизма прямо пропорциональна частотности неологизма.**

Естественно пытаться усмотреть зависимость между частотностью неологизма и частотой маркированности неологизма. В приведённых примерах такая зависимость просматривается: существительное *бренд* частотнее существительного *тренд* (561 217 и 139 767), прилагательное *знаковый* частотнее прилагательного *репутационный* (160 196 и 9 653). Однако продолжив изучение корреляций между частотностью неологизма и частотой употребления неологизма в сочетании с маркером новизны, можно найти примеры, опровергающие всякую зависимость. Так, наименее частотное среди приведённых в таблице существительное *месседж*<sup>6</sup> во всех документах, найденных в 2007 году, сопровождается маркером почти так же часто, как превышающее его по частотности в 12 раз прилагательное *знаковый*.

## 2. Гипотеза 2: частотность маркировки неологизма зависит от «возраста» неологизма — наиболее часто маркируется недавно появившийся в языке неологизм.

Для доказательства этой гипотезы, прежде всего, необходимо установить точку вхождения неологизма в русский язык. Это было сделано для нескольких неологизмов с приблизительно одинаковой частотностью: *месседж*, *репутационный*, *бэкграунд*, *заморачиваться*, *антигламур*. Поиск первого упоминания исследуемой единицы языка делает возможным использование Интегрумовского сервиса «Сравнительная или относительная статистика». Система просчитывает процентное отношение количества документов, в которых встречается исследуемое слово, к общему количеству документов, которым располагает «Интегрум» в каждой заданной исследователем временной точке, и выстраивает графическое изображение полученных данных (График 1).

**График 1: Первая фиксация слов *репутационный*, *бэкграунд*, *месседж* в русском языке**



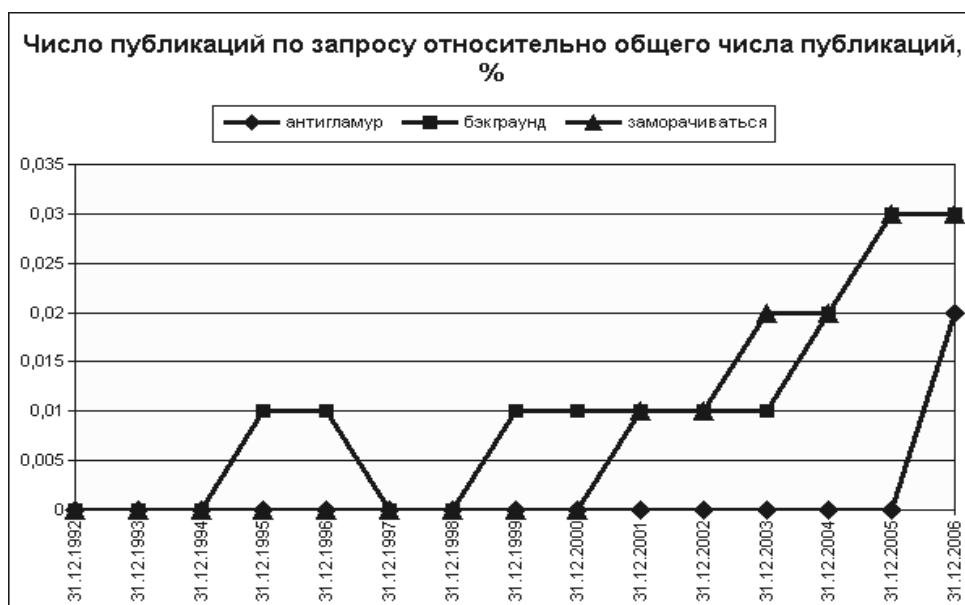
Так как при построении графика система пренебрегает количеством примеров, меньшем десяти, первый пример употребления слова в СМИ следует искать в базах ранее точки, обозначенной на графике. Например, для прилагательного *репутационный*, поиск обнаруживает первый пример употребления в 1995 году: в финансовом дискурсе как кальки с английского. Прилагательное *репутационный* до 2001 года употреблялось, преимущественно, в языке финансистов, но с 2001 году активизируется во всех дискурсах (что отражает график 1), замещая и вытесняя существующие в языке модели: «ущерб, урон для репутации» — «*репутационный* ущерб, урон», «плюс или проблемы для репутации» — «*ре-*

путационный плюс или репутационные проблемы», «нанести вред репутации» — «нанести репутационный вред», «потеря репутации» — «репутационная потеря», «риск потери репутации» — «репутационный риск», «фильм, важный для репутации канала» — «репутационный фильм для канала». К 2005 году относится единственный пример (9) употребления слова с маркером новизны:

- (9) Нет, предмет ее деятельности был намного шире: консолидация и защита интересов нарождающегося бизнеса, формирование его положительного, как сейчас говорим, «репутационного имиджа» в среде населения, инициирование властных структур на создание региональных механизмов рыночной инфраструктуры (Тюменские известия, 01.11.2005).

К этому же году, согласно графику 1, относится пик частотности слова *репутационный*, после которого наступает постепенный выход слова из активного употребления. На графике 2, который сравнивает частотность слов *антигламур*, *бэкграунд* и *заморачиваться* только в российской прессе, более отчётливо видны этапы постепенного вхождения слова *бэкграунд* в русский язык в середине 90-ых годов:

График 2. Частотность употребления слов *антигламур*, *бэкграунд*, *заморачиваться*



Таким образом, согласно графикам 1 и 2, позднейшим неологизмом в исследованной группе является существительное *антигламур* (2005 г.), далее существительное *месседж* (активизируется с 2002 г.), далее прилагательное *репутационный* (2001 г.), старейшим неологизмом является *бэкграунд*. Тем не менее, наиболее часто как неологизмы маркируются



слова *месседж* и *бэкграунд*, соответственно, частотность маркировки не зависит от «возраста» неологизма, следовательно, гипотеза 2 о зависимости частотности от «возраста» не верна или верна не для всех неологизмов.

**3. Гипотеза 3: носитель языка в своей рефлексии отмечает новизну, прежде всего и чаще всего, нового заимствования, а во вторую очередь и реже неологизма, образованного от русских морфем<sup>7</sup> по русским продуктивным словообразовательным моделям.**

Например, глагол *заморачиваться* (пример развития возвратности у изначально невозвратного глагола — формы, не зафиксированной ни в одном из словарей<sup>8</sup>, но активной в современном русском языке, как показывает график 2) при частотности, равной частотности существительного *бэкграунд* (см. график 2), маркируется как новое 8 раз во всём собранном материале, а *бэкграунд* в три раза чаще — 24 раза. То же справедливо и для слов *нишевый* и *месседж*, *топовый* и *мейнстрим*. Но сопоставление значений для образованного от исконно русского морфа прилагательного *знаковый* и значений для недавнего заимствования из английского языка — существительного *тренд*, показывает, что гипотеза 3 верна не для всех неологизмов.

**4. Гипотеза 4: чем шире и неопределённее значение неологизма, тем чаще носитель языка маркирует его как неологизм.**

**4.1.** Неологизмы, которые собраны в этой статье, отличает многозначность и неопределённость значения. Это общее свойство всех неологизмов, проходящих процесс стабилизации значения, за исключением тех, которые возникают в языке как специальный термин для сугубо профессионального употребления. Изменение и / или расширение значения, «преодоление ситуативно-стилистических и социальных ограничений является одной из характерных тенденций в процессе освоения иноязычных заимствований» (Крысин: 42). Для процесса освоения языком семантических и лексических неологизмов характерны те же тенденции, и их окончательному закреплению в языке или, наоборот, выходу из употребления предшествует период употребления в разных и даже противоположных (как было показано в ряде работ автора<sup>9</sup>) значениях.

Для доказательства четвёртой гипотезы помимо статистического нужен тщательный контекстный анализ семантики каждого неологизма, указанного в таблице. В данной статье мы ограничимся анализом семантики прилагательного *знаковый*. Согласно таблице 2 его отличает высокая частота маркированности как неологизма, сопоставимая с частотой маркированности самого частотного в таблице слова — существительного *бренд*, частотность которого во всех имеющихся в базах «Интегрума» документах за последние 15 лет в 4 раза превышает частотность слова *знаковый*.

## 4.2. Анализ семантики прилагательного **знаковый**

В новых значениях, ушедших от первоначального («связанный со знаком»), которое использовалось в научном дискурсе<sup>10</sup>, прилагательное **знаковый** появляется с начала 90-ых. Первый пример фиксируется в 1991 году (10), в 1992 появляются только два примера (11-12), второй из которых (12) обнаруживает употребление в первоначальном значении прилагательного:

- (10) *Вот дело, о котором я говорила, на мой взгляд, является **знаковым**, потому что защищая свой частный интерес, Авен и Фридман выполнили важную общественную функцию — они способствовали созданию нового направления судебной практики, которая проявляется жесткостью к СМИ, их учредителям и журналистам, распространяющим заказные, ни на чем не основанные публикации — это правильный путь с «черным» пиаром (Стенограммы пресс-конференций радио «Эхо Москвы», 01.03.1990).*
- (11) *И как ни странно, фильм Рязанова «Вокзал для двоих» явился таким **знаковым** фильмом, когда люди его смотрят, то, может быть, на секунду становятся лучше (Стенограммы пресс-конференций радио «Эхо Москвы», 01.12.1991).*
- (12) *Там были широко представлены его видеомы (или видухи) — **знаковые** портреты человеческих судеб (Независимая газета, 22.08.1991).*

В 90-ых годах прилагательное употребляется в сочетаниях с существительными *дата (год), дело (фильм, проект, замена)*, за ним закрепляется значение «имеющий особое, подчёркнутое значение, предполагающий некоторый добавочный символический смысл» (ТСГРТ). Сейчас прилагательное продолжает употребляться в этих сочетаниях (13-14), (15-16, 20), однако быстро развивает сочетаемостные возможности. Частотно в сочетаниях с существительными, обозначающими человека: *люди* (17), *фигура* (18, 24), *актёр* (19), *имена* (23).

- (13) *Дата не круглая, но, как теперь говорят, очень **знаковая** (Саратовская панорама, 14.03.2007).*
- (14) *Директор подчеркнул, что нынешний год для столицы Зауралья, как принято говорить в наше время, **знаковый** (Новый мир (Курган), 24.04.2007).*

- (15) *Для тех из нас, кто интересовался историей России, кто был неравнодушен к судьбе своей страны, фильм был, как теперь говорят, **знаковый*** (Секретные материалы, 01.10.2007).
- (16) *Этот проект, как сейчас говорят, **знаковый** — прежде у нас не было опыта строительства под ключ* (Деловой квартал (Екатеринбург), 19.11.2007).
- (17) *Люди пришли, как сейчас часто говорят, **знаковые**: заместитель председателя Совета Федерации Дмитрий Мезенцев, заместитель председателя комитета Госдумы РФ по труду и социальной политике Олег Еремеев, заместитель министра здравоохранения и социального развития РФ Любовь Глебова, президент Российского союза промышленников и предпринимателей Александр Шохин, врач Леонид Рошаль и др.* (Интеррос, 15.12.2006).
- (18) *Это был исчерпывающий ответ: народ хотел видеть в руководителе страны крупную, как сейчас говорят, **знаковую фигуру**, ощущать масштаб личности* (Правда-КПРФ, 06.03.2007).
- (19) *И в том, что два, как принято теперь говорить, **знаковых** и самых харизматичных русско-советских актера ушли из жизни почти одновременно, видится нечто большее, чем просто печальное совпадение* (Коммерсантъ-Власть, 07.05.2007).

В современном значении **знаковый** замещает прилагательные *важный, значимый, символический*, однако несёт дополнительную или обобщающую все три значения семантическую нагрузку, что демонстрирует пример 20:

- (20) *Здесь в торжественном концерте в день рождения композитора в январе месяце, которым Год Моцарта торжественно открылся, незадолго до события произошла важная, даже, как теперь говорят, **знаковая замена*** (Московские новости, 22.12.2006).

Широкое употребление приводит к тому, что внутренняя форма и сочетаемостные возможности слова перестают ощущаться говорящим. По этой причине возникают нарушения сочетаемостных возможностей:

- (21) *В условиях «холодной войны» этот разрыв с общим прошлым приобретал, как ныне говорят, **знаковое значение*** (Республика Татарстан (Казань), 08.05.2007).

Прилагательное *знаковый* широко употребляется в современном русском языке в разных значениях, и языковая рефлексия отражает то обстоятельство, что его точное значение не известно говорящему и понимается произвольно (22-25):

- (22) *Станет ли оно, как принято сейчас говорить, **знаковым** или, проще выражаясь, судьбоносным и переломным?* (Волгоградская правда, 24.02.2007).
- (23) *Вместе и рядом с ним встают яркие личности его эпохи, кого ни возьми — все памятны и узнаваемы, или, как теперь говорят, **знаковые** имена, а не те, по словам Толстого, «гладкие, жуирующие, самодовольные» люди, которые нынче господствуют во власти* (Деловая провинция (г. Калуга), 27.04.2007).
- (24) *Первая передача при всей неровности — шанс услышать на протяжении получаса мнение о различных сторонах жизни и творчества из уст ведущих или, как нынче говорят, **знаковых** фигур российской культуры* (Красное Знамя, 29.05.2007).
- (25) *Есть что-то символическое или, как теперь говорят, **знаковое** в том, что 24 июня, в День города, отмечает свой 85-летний юбилей почетный житель Новосибирска Александр Павлович Филатов* (Советская Сибирь, 23.06.2007).
- (26) *Конечно, он понимает, что давно стал, как теперь говорят, одним из брендов Екатеринбурга, **знаковым** явлением его культурной жизни* (Бизнес-журнал, 24.07.2007).
- (27) *И не его вина, что предложенный проект не показался федеральным властям достаточно пафосным, амбициозным и, как теперь говорят, **«знаковым»*** (Российская газета, 12. 06.2007).

Последний пример, объединивший три неологизма с широким и неопределённым значением, демонстрирует или неудачную попытку выразить мысль, или типичный приём выразиться предельно невнятно, чтобы завуалировать мысль, или типичный способ скрыть за эффектной оболочкой отсутствие мысли. (Использование в этих целях прилагательного *знаковый*, наряду с прилагательными *репутационный*, *статусный* обратило на себя внимание автора при исследованиях социального резонанса, вызванного фильмом «Завещание Ленина» (ГНТ, 2007) — *репутационная премьера, статусный сериал, знаковый фильм* — кажется, отзывы одобрительные, но малопонятные). Употребить слово с размытым значением

помогают кавычки (27, 28) — сигнал того, что слово использовано в переносном, значит, более неопределённом, абстрактном значении.

(28) *За три десятилетия Пахомов поставил уже в «своем» театре такие, как сейчас любят говорить, «знаковые» для репертуара и труппы спектакли, как «Живой труп» Толстого, «Чайка», «Дядя Ваня» и «Вишневый сад» Чехова, «Без вины виноватые», «Таланты и поклонники» Островского, «Привидения» Генрика Ибсена (Культура, 22.03.2007).*

Видимо, ту же вспомогательную роль выполняют при неологизме маркеры новизны, и чем более размытым является значение неологизма, тем чаще носитель языка нуждается во вспомогательных средствах, таких как кавычки и маркеры, чтобы оправдать уместность употребления такого неологизма.

### **Заключение**

Предпринятое исследование семантики прилагательного *знаковый* может подтвердить четвёртую гипотезу, но, несомненно, гипотеза нуждается в доказательстве на основе анализа семантики большого корпуса неологизмов.

Можно предположить, что решение носителя языка маркировать или не маркировать неологизм провоцирует комплекс причин, определяет не один фактор, названный в четырёх гипотезах, а их сочетания.

Не окончателен список гипотез: существуют и другие факторы, которые определяют отсутствие / наличие маркера. Их дальнейший поиск и анализ позволит выделить группу неологизмов, которые не сопровождаются маркерами, и необходимы для совершенствования предложенного в статье метода поиска неологизмов.

В целом, чтобы усовершенствовать предложенный метод поиска неологизмов необходимо уточнить, как работает механизм языковой рефлексии в отношении неологизмов, по каким причинам носитель маркирует и не маркирует неологизмы при помощи соответствующих метаязыковых высказываний.

Метод поиска неологизмов, предложенный в статье, как любой новый, пока не совершенен. Как любой машинный, не умаляет ценности человеческого ресурса и нуждается в комплексе предварительных исследований. Но уже в его современном виде представляется значительно более гуманным по сравнению с теми возможностями, которые предлагают Интернет-поисковые машины, отыскивающие 60-80 тысяч неологизмов, прогрессивным по сравнению с традиционными методами составления

словников для печатных словарей и, в целом, перспективным и надёжным для поиска неологизмов современного русского языка.

### Примечания

<sup>1</sup> Прежде всего, нас интересуют возможности использования самых крупных хранилищ русскоязычных текстов: Интернета и «Интегрума». Сейчас в базах «Интегрума» содержатся 360 миллионов документов, среди которых электронные версии всех выпусков 346 центральных (московских) газет с архивами за 15 лет, 1.491 региональная газета, более 10.000 литературных произведений. Несмотря на то, что «по отношению к новейшему периоду существования русского языка (после 1990 г.) корпус «Интегрума» приближается к исчерпывающему и может рассматриваться как самый полный из существующих на сегодняшний день» (Плунгян 2006: 84), следует учитывать некоторые особенности «Интегрума» как корпуса. В отличие от других корпусов, в «Интегруме» не соблюдается временной и количественный баланс текстов: коллекция средств массовой информации (СМИ) растёт очень быстро и превосходит количество произведений художественной литературы; коллекция СМИ не содержит текстов старше 1992 года, тогда как библиотека художественной литературы начинается XVIII веком. Однако значительно превосходящий любой другой корпус объём текстов «Интегрума» делает его удобным инструментом лексиколога, который изучает лексический состав современного русского языка конца XX начала XXI веков, и лексикографа, который его фиксирует и описывает.

<sup>2</sup> Инструмент: точный поиск. Область поиска: все источники. Временной интервал: 30.11.2006-30.11.2007.

<sup>3</sup> Таджикистан-онлайн, Новости Америки, KavkazWeb.net, Vlasti.net из Запорожья, Кишинёва, СНГ, Харьков; Кавказинформ-лента новостей, Бизнес Киев, Завтра Киев, ИА Новости Молдова, ИА Новости Грузия, Грани Плюс Киев и другие.

<sup>4</sup> Запрос: ((как :0 ((в :0 (наш\* или посл\*) :0 (годы или время или дни)) или сейчас или нынче или ныне или сегодня\* или теперь) :0 (принято или обычно) :2 (говор\* или выраж\* или называ\*)) или (как :2 (сейчас или теперь или нын\*) :2 (говор\* или выража\* или называ\*))) не резонанс\* не статусн\* не пафосн\* не репутацио\* не тайм-слот не мейнстрим не мэйнстрим не бренд\* не брэнд\* не ребрендинг не ребрэндинг не тренд\* не трэнд\* не ньюсмейкер\* не проект не артпроект не фронтмен не реструктуризация не маркетинг\* не продюсер\* не секьюрити не харизма\* не евразий\* не концесси\* не спонсор\* не меседж не меседж не имидж\* не эксклюзив\* не позиционир\* не элит\* не креативн\* не контрпродуктивн\* не вызовы!т не угрозы!т не отстой\* не рейдер не рейдэр не мониторить не интервьюер не флешмоб не электорабельн\* не саунддрама не перформанс не интегрировать не «вертикаль власти» не проблемн\* не конъюнктура не «нефтяной офшор» не антирекорд\* не контент\* не амбициозн\* не мотивац\* не «автор идеи» не «вынести мозг» не валидолън\* не (знаковый!т или знаковое!т или знакового!т или знаковому!т или знаковым!т или знаковом!т или знаковая!т или знаковой!т или знаковую!т или знаковые!т или знаковых!т или знаковыми!т). Количество документов: 4 961.

<sup>5</sup> Воспользуемся термином А. Мустайоки и И.Т. Вепревой, которые использовали его в применении к метатекстам, сопровождающим «модные слова» (Мустайоки & Вепрева 2006: 46).

<sup>6</sup> ((как :0 ((в :0 (наш\* или посл\*) :0 (годы или время или дни)) или сейчас или нынче или ныне или сегодня\* или теперь) :0 (принято или обычно) :2 (говор\* или выраж\* или называ\*)) или (как :2 (сейчас или теперь или нын\*) :2 (говор\* или выража\* или

называ\*))) (месседж или меседж или мессэдж или месэдж или мэсседж или мэседж или мэссэдж или мэсэдж).

<sup>7</sup> Или морфем, первоначально заимствованных, но давно существующих в русском языке.

<sup>8</sup> *Морочить* — перех.; *заморочить* — перех.; *наморочить* — перех.; *обморочить* — перех.; *проморочить* — перех. — (БСРРЭР, СЕ, СРЯ, РТС). Единственным словарём, в котором зафиксирована возвратная форма глагола *заморочить*, является электронный «Словарь наркотического аргю» (СНА): «*Заморочиться* — заикнуться, застрять на каком-либо действии после приема наркотика (чаще всего психостимулятора). Очень часто заморочиться можно на уборке или на круглосуточном решении одного и того же кроссворда».

<sup>9</sup> См. об этапах освоения заимствования (Крысин: 42-44). О расширении значения вторичных заимствований и семантических неологизмов см. (Никипорец-Такигава 2006). Контекстный анализ большого количества примеров позволил автору доказать гипотезу о возникновении нового нейтрального или положительного значения у слов *амбиции*, *агрессивный*, *шок*, заимствованных русским языком из латыни (через польский) и французского языка в XVIII-XIX (ЭСРЯ, ИЭС) в отрицательном значении (СИС, СО, СССРЯ). Контекстный анализ примеров в сочетании с разными видами статистического анализа позволил сделать вывод о том, что в русском языке возникли пары омонимов *агрессивный*, *амбиции*, *шок* / *шокировать* с антонимичными оценочными значениями.

<sup>10</sup> СОШ, СУ, РТС отмечают прилагательное *знаковый* пометой *спец.*

## Литература

Крысин, Л.П.: 2004, *Русское слово, своё и чужое. Исследования по русскому языку и социолингвистике*, Москва.

Мустайоки, А. & Вепрева, И.Т.: 2006, 'Какое оно, модное слово: к вопросу о параметрах языковой моды', *Русский язык за рубежом*, 2, 45-63.

*Национальный корпус русского языка: 2003-2005. Результаты и перспективы*, Москва.

Пешковский, А.М.: 1959, *Избранные труды*, Москва.

Плунгян, В.Н.: 2006, '«Интегрум» и Национальный корпус русского языка в лингвистических исследованиях', *Integrum: точные методы и гуманитарные науки*, 76-84.

Никипорец-Такигава, Г.Ю.: 2006, 'Вторичные заимствования в русском языке начала 21 века', *Integrum: точные методы и гуманитарные науки*, 87-107.

Никипорец-Такигава, Г.Ю.: 2005, 'Агрессивная комедия. История слова «агрессивный» в трёх частях', *Slavic Culture Studies*, 5, 90-114.

Никипорец-Такигава, Г.Ю.: 2005а: 'Агрессия в языке СМИ — опыт статистического анализа', *Язык, сознание, коммуникация*, 33, 61-76.

Никипорец-Такигава, Г.Ю.: 2007, 'После «Завещания Ленина»', *Slavic Culture Studies*, 6, 28-34.

Селегей, В.П.: *Электронные словари и компьютерная лексикография*, [электронный ресурс], <http://www.lingvoda.ru>.

## Словари

БСРРЭР: 2004, Химик, В.В., *Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи*, Санкт-Петербург.

- Новые слова и значения: 1973, *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов*, под ред. Н.З. Котеловой и Ю.С. Сорокина, Москва.
- Новые слова и значения: 1984, *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 70-х годов*, под ред. Н.З. Котеловой и Ю.С. Сорокина, Москва.
- Новые слова и значения: 1997, *Новые слова и значения. Словарь-справочник по материалам прессы и литературы 80-х годов*, под ред. Е.А. Левашова, Санкт-Петербург.
- Толковый словарь русского языка конца XX века: 1998, *Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения*, под ред. Г.Н.Скляревской, Санкт-Петербург.
- Словарь перестройки: 1992, *Словарь перестройки*, под ред. В.И. Максимова, Санкт-Петербург.
- ИЭС: 1993, Черных, П.Я., *Историко-этимологический словарь современного русского языка*, Т. 1-2, Москва.
- РТС: 2002, В.В. Лопатин, Л.Е.Лопатина, *Русский толковый словарь*, Москва.
- СРЯ: 2003, *Словарь русского языка в 4-х томах*, под ред. А.П. Евгеньевой, Москва.
- СЕ: 1996, *Словарь современного русского литературного языка*, под ред. Т.Ф. Ефремовой, Москва.
- СИС: *Словарь иностранных слов* (разные годы издания).
- СНА: *Словарь наркотического аргю*, [электронный ресурс], [http://www.narkotiki.ru/iftrouble\\_5392.html](http://www.narkotiki.ru/iftrouble_5392.html).
- СО: 1952, Ожегов, С.И., *Словарь русского языка*, Москва.
- СОШ: 1997, Ожегов, С.И., Шведова, Н.Ю. *Толковый словарь русского языка*, Москва.
- СССРЯ: 1978, *Учебный словарь сочетаемости слов русского языка*, под ред. П.Н. Денисова, В.В. Морковкина, Москва.
- СУ: 1935-1940, *Толковый словарь русского языка*, Т. 1-4, под ред. Д.Н. Ушакова, Москва.
- ТСГРТ: 2002, Солганик, Г.Я., *Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения*, Москва.
- ЭСРЯ: 1986, Фасмер, М., *Этимологический словарь русского языка*, Т. 1-4, Москва.
- Русский орфографический словарь, *Справочно-информационный портал «Грамота.Ру»*, [электронный ресурс], <http://www.slovari.gramota.ru>.