

## «МОДНОЕ» И «НЕМОДНОЕ» СЛОВО В ОБЫДЕННОМ СОЗНАНИИ НОСИТЕЛЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

А. С. Колпакова

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакцию 18 декабря 2017 г.

**Аннотация:** статья посвящена изучению субъективной оценки «модного/немодного слова» в языковом сознании носителей русского языка.

**Ключевые слова:** психолингвистический эксперимент, модное слово, немодное слово, концепт.

**Abstract:** the article is devoted to “fashionable / unfashionable word” subjective evaluation of language consciousness of Russian language speakers.

**Keywords:** psycholinguistic experiment, fashionable word, unfashionable word, concept.

Оценка слова как *модного / немодного* оказывает влияние на употребление его в речи, оценку употребления слова говорящими с моральной точки зрения, с точки зрения культуры речи и т.п.

Целью проведенного психолингвистического эксперимента явилось выявление субъективного восприятия *модного / немодного слова* в обыденном сознании носителей русского языка. Исследуется метаязыковое сознание носителей русского языка — их отношение и оценка ими явлений языка.

С целью выявления субъективной оценки языковых единиц носителями русского языка был проведен психолингвистический эксперимент. Задача исследования — выявить слова, рассматриваемые языковым сознанием как *модные / немодные* и выявить основания, по которым носители языка дают словам, употребля-

емым в русском языке, такую оценку в эксперименте.

Респондентам предлагалось письменно ответить на вопросы, содержащиеся в следующей инструкции: «Просим Вас принять участие в психолингвистическом эксперименте. Мы изучаем, как люди воспринимают слова русского языка.

Нас интересует, какие слова русские люди считают *модными, немодными*. Просим Вас привести не менее 3 примеров таких слов и просим кратко указать, почему Вы так считаете. Все Ваши ответы будут правильными. Пожалуйста, укажите ваш пол, возраст и кем работаете. Спасибо!»

Испытуемым предлагалось заполнить таблицу, в которой они указывали свои ассоциации и их интерпретацию. Перед таблицей им предлагался вопрос-стимул:

*Какие слова Вы считаете модными? Объясните, почему.*

	3 примера	Почему?
модное слово	1.	
	2.	
	3.	

*Какие слова Вы считаете немодными? Объясните, почему.*

	3 примера	Почему?
немодное слово	1.	
	2.	
	3.	

Участниками эксперимента стали 236 информантов (118 мужчин и 109 женщин). Время работы не ограничивалось. Следует отметить, что для заполнения анкеты в среднем потребовалось 15—20 минут, но у некоторых это время возрастало до 20—30 минут. Фиксировался пол, возраст (от 18 лет) и род деятельности испытуемых

В эксперименте приняли участие студенты 1—5 курсов и сотрудники Борисоглебского фи-

лиала Воронежского государственного университета, курсанты 3—4 курсов Краснодарского высшего военного училища летчиков им. А. К. Серова, воспитатели детских садов и учителя школ г. Борисоглебска, военнослужащие, работники разных социальных сфер.

В результате эксперимента было получено 606 реакций на *модное слово*, представленных 274 разными словами. На основе полученных результатов было сформировано номинативное поле концепта «модное слово».

Количество информантов — 236.

**Ядро:**

Лабутены; селфи — 18.

**Ближняя периферия:**

I-phone — 15; вэйп; вэйпер — 11; бабки; лайк — 10; изи; стиль; хайп; чекиниться; шарить — 8; бизнес; жесть; репост; тренд; тусовка — 7; авторитет; блогер; гаджет; свитшот — 6.

**Дальняя периферия:**

Бутик — 5; гламур — 5; кайф — 5; кэш — 5; лакшери (luxury) — 5; трэш — 5; хипстер — 5; Instagram — 4; круто — 4; лол — 4; окей — 4; патриотизм — 4; пранк — 4; уважение — 4; супер — 4; хештег — 4; чикса — 4; юзать — 4; блог — 3; бойфренд — 3; вайны — 3; война — 3; годно — 3; гомункул — 3; гуглить — 3; драгути — 3; инет — 3; класс — 3; клёво — 3; мачо — 3; менеджер — 3; патимейкер — 3; рофлить — 3; стёб — 3; стилист — 3; толерантность — 3; уважуха — 3; фитнес — 3; хейтер — 3; чат — 3; чика — 3.

**Крайняя периферия:**

Oxumiron — 2; Wi-fi — 2; аватарка — 2; беспредел — 2; борода — 2; бренд — 2; бутик — 2; вебинар — 2; визажист — 2; ВКонтакте — 2; вписка — 2; ..... хай; хейтерить; хейтить; хостел; хэллоу; чао; чепок; чокер; чушка; шаверма; шалун; шаурмен; шкертиться; шмон; шопинг; шоу — 1.

Отказ — 15.

Что касается *немодного слова*, в результате эксперимента было получено 488 реакций, представленных 311 словами. Номинативное поле концепта «немодное слово»:

**Ядро:**

Дискотека — 10; книга — 9.

**Ближняя периферия:**

Мобильник — 8; автомобиль — 7; барсетка; матерные слова; сигареты; чувак — 6.

**Дальняя периферия:**

Братва; клёво; любовь; плакат — 5; изба; коммунист; круто; папироса; продавец; работа; фуфайка; цирюльник — 4.

**Крайняя периферия:**

Авоська; алкоголь; валенки; водка; галоши; звонит; ку; магнитофон; не разделяю слова на «модные» / «немодные»; парикмахер; пипец; стилиста; телеграф; телефон; тёлка; то бишь; уборщица; уважение; фотография; чика; чмоки-чмоки — 3; ..... сударушка; съезд; чинёнки; чтение; чувиха; шлягер; эйфория; эко-терапия; электронная книга; эсэмэска; Юдашкин — 1.

Отказ — 30.

Проанализировав полученные результаты, приходим к выводу, что номинативное поле «модных» слов имеет ярко выраженное ядро и четко очерченную структуру. Обратим внимание также и на очень объемную крайнюю периферию *модного слова*, которая представлена 261 реакцией.

Метаязыковой признак «модного слова» представлен в основном словами, связанными с модными предметами (лабутены, I-phone, вэйп, гаджет), действиями (селфи, лайк, репост, чекиниться и т.д.), молодежным сленгом, словами, относящимися к сфере цифровых технологий.

Следует также отметить, что среди «модных» слов встречается большое количество слов, которые понятны только возрастной группе от 14 до 25 лет (хайп, вэйп, краш, моралфаг, прожарка и т.д.).

Номинативное поле «немодных» слов имеет нечетко выраженное ядро и структуру. Не велика по объему ближняя и дальняя периферия, очень обширная крайняя периферия (составляет 77,5% от общего количества реакций (378 реакций), из них 225 единичных реакций).

Метаязыковой признак «немодного слова» представлен в основном словами, описывающими предметы, вышедшие из употребления, предметы и явления, которые заменили новыми словами (дискотека, изба, плакат и т.д.), получившими замену синонимами, бранной лексикой и наименованиями вредных привычек; при этом их значение информанты до сих пор в основном понимают. В процессе эксперимента у респондентов возникали трудности, и 30 респондентов отказались отвечать на данный вопрос (самое большое количество отказов).

Таким образом, концепт *модное слово* четко сформирован в обыденном языковом сознании носителей русского языка и представлен отчетливо в языковом сознании конкретными лексическими единицами. У респондентов не возникало трудностей в ходе эксперимента. В основном этот концепт представлен словами, характеризующими модные предметы и явления. Концепт «немодное слово» гораздо менее четко сформирован в языковом сознании носителей языка и более субъективен, индивидуализирован в языковом сознании.

Результаты исследования свидетельствуют о гораздо большей субъективности и вариативности языкового сознания в отношении немодных слов, нежели в отношении модных слов.

Воронежский государственный университет  
Колпакова А. С., соискатель кафедры общего языкознания и стилистики  
E-mail: styura13@mail.ru

Voronezh State University  
Kolpakova A. S., Postgraduate Student of the General Linguistics and Stylistics Department  
E-mail: styura13@mail.ru