



УДК 811.161.1'373.4

К вопросу о соотношении понятий «модное слово» и «ключевое слово современности»

Л. А. Попова

Попова Любовь Александровна, ассистент кафедры современного русского языкознания, Башкирский государственный университет, Уфа, lyakimovich@yandex.ru

В статье предпринимается попытка дифференцировать понятия модных слов и ключевых слов современности. Проводится сравнительная характеристика двух языковых феноменов. Автор приходит к выводу, что модные слова характеризуют эстетические вкусы общества, имеют яркую внешнюю оболочку, в центре внимания носителей языка находятся непродолжительное время. Ключевые слова современности отражают ценностные, культурные приоритеты и мировоззренческие ориентиры общества конкретного времени, а также способны влиять на формирование картины мира личности.

Ключевые слова: модное слово, ключевое слово современности, концепт, современность, универсальность, частотность.

To the Question of the Correlation of the Notions of a 'Fashionable Word' and a 'Key Word of the Modern Times'

L. A. Popova

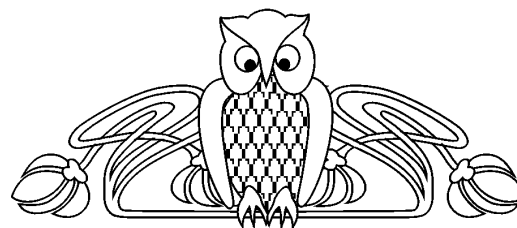
Lyubov A. Popova, <https://orcid.org/0000-0002-9238-8289>, Bashkir State University, 32 Zaki Validi St., Ufa 450076, Russia, lyakimovich@yandex.ru

The aim of this article is to try to differentiate the notions of fashionable words and key words of the modern times. The comparative analysis of these linguistic phenomena is presented in this work. The author comes to the conclusion that fashionable words characterize the aesthetic tastes of society, have a bright outer shell, in the center of attention of native speakers are short time. The key words of the modern times depict values, cultural priorities or outlook of society of the given time and are able to influence the formation of the picture of the world for a personality.

Keywords: fashionable word, key word of the modern times, concept, modernity, universality, frequency.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-155-158>

В языке определенного исторического периода особое место занимают слова, обозначающие наиболее актуальные явления, понятия, реалии. Активно употребляясь в средствах массовой информации, в языке политики и бытовом общении, такие слова отражают взгляды и ценности общества эпохи. В современных исследованиях встречается множество терминов, использующихся для обозначения следующих лексем: «ключевые слова современности», «ключевые слова эпохи», «ключевые слова текущего момента», «модные слова»,



«слова-символы» и др. Различные наименования данного языкового явления свидетельствуют о том, что в настоящее время оно не вполне отражено в лингвистике и нуждается в изучении. В данной статье попробуем сформулировать основные отличия ключевых слов современности и модных слов.

Более изученным термином на сегодняшний день представляется «модное слово».

Т. Г. Добросклонская относительно наличия в языке модных слов излагает следующее мнение: «... анализ языковых процессов позволяет высказать предположение о том, что существует некая мода на определенные слова и выражения, распространяемая через средства массовой информации, и именно СМИ способствуют распространению нового, «модного» варианта употребления лексемы на другие лингвокультурные ареалы»¹.

Мода – это социально-психологический феномен, в основе распространения которого лежат психологические и социальные механизмы социальной регуляции и саморегуляции человеческого поведения.

Социолингвистический подход опирается на теоретическую модель моды социолога А. Б. Гофмана, который выделил критерии модного объекта: современность, универсальность, демонстративность и игровой характер². Модные слова с точки зрения критерия современности являются «своеобразной хроникой общества, сигналами социального времени, источником информации о политической, экономической и культурной жизни общества», по отношению к слову «данный параметр предпочтительней обозначить как признак актуальности и свежести слова»³. Признак универсальности отражается в высокой частоте употребления слова; для универсальности характерны массовость и экстерриториальность.

Для обыденного языкового сознания эти два признака – новизна и массовость употребления – являются достаточными для того, чтобы считать эти единицы модными. Согласно Н. Г. Комлеву, новое слово, превысившее «порог частотности», становится модным⁴. Модное слово захватывает максимально широкое социальное пространство за необычно малый промежуток времени.

Яркость плана выражения, необычность формы объясняют такой критерий, как демонстративность. Для современной эпохи с ее динамизмом характерна непродолжительная и поверхностная коммуникация, где модное слово становится мар-



кером быстрой и адекватной оценки субъектов общения благодаря своей демонстративности. Модное слово подает «сигнал партнеру по коммуникации, что говорящий идет в ногу со временем, <...> что он поддерживает языковой имидж определенной социальной группы или узус социума»⁵. Таким образом, демонстративность чаще всего проявляется во внешнем облике слова.

Многие исследователи (в частности Н. С. Валгина⁶) отмечают, что сегодня среди модных слов часто оказываются иноязычные (а именно английские) слова. Престиж иноязычных слов обусловлен целым комплексом экстралингвистических, культурологических, психологических и собственно лингвистических причин. Мода на английские слова (чаще всего американского варианта) объясняется во многом тем, что английский язык стал ведущим средством международного общения, хранения и передачи информации. В качестве важных причин заимствований, свойственных современному этапу, следует отметить тенденцию к экспрессивности и восприятие иноязычного слова как более престижного. Также в категорию модных слов сегодня часто попадают слова, вошедшие в общий язык из жаргона или просторечия. Это может быть связано с тем, что сниженная лексика обладает высоким экспрессивным потенциалом. Многие исследователи жаргона (О. П. Ермакова, Е. А. Земская и др.) считают, что в настоящее время сформировался так называемый общий жаргон – особое языковое образование, стоящее между собственно жаргоном, с одной стороны, и литературным языком, с другой⁷. Происходит размывание границ между различными стилевыми пластами русского языка. Популяризация такого образования осуществляется средствами массовой информации (например: *Оторвись по полной! Не тормози, сникерсни! Круто!* и т. п.).

Часто вместе с демонстративностью, яркостью формы стоят неопределенность семантики, незнание точного значения слова. Резкое возрастание частотности употребления приводит к появлению новых сочетаемостных возможностей лексической единицы. «Расширение значений приводит к изменению, искажению значений, а иногда и к смысловой неопределенности социально перегруженных слов. Этому способствует и социальная неосвоенность нового слова, зачастую слова-термина, входящего в широкий обиход в течение короткого промежутка времени»⁸.

Такой признак модного объекта, как игровой характер (выделен А. Б. Гофманом), по отношению к слову можно интерпретировать следующим образом: игровое начало модного слова прослеживается в том, что оно не может обозначать новый денотат, оно всегда является новым обозначением известного явления. При этом будет уместным уточнение, что обновление форм зачастую приводит к обогащению содержания слова.

К психолингвистическим критериям модного слова можно отнести ощущение говорящими

новизны и современности слова, его одобрение хотя бы частью узуса; предметом исследования в данной области является сам процесс формирования ощущения «модности» слова у носителей языка. Если рассматривать механизм моды с точки зрения психологии, то здесь интересно мнение социального психолога Д. В. Ольшанского, который отмечал, что в основе моды лежат два совершенно непохожих друг на друга феномена: с одной стороны – создание нового, его демонстрация и пропаганда (за чем всегда стоят попытки личности или группы выделить себя и обособить от других), с другой – психологический феномен подражания (подражание чему-то уже существующему и признанному модным)⁹. В основе механизма подражания лежит эффект просачивания вниз, низшие по социальной лестнице подражают высшим, провинция – центру и т. д.

В лингвопрагматическом аспекте (который учитывает лингвокультурологический контекст) феномен модного слова рассматривает Н. Г. Журавлева. Исследователь отмечает, что «модное слово есть важная категория в новой – антропоцентрической – парадигме научного знания с ее стремлением учесть эмоции, чувства, предпочтения и т. п. говорящего человека»¹⁰. Она выделяет следующие критерии модного слова: относительная новизна, «свежесть» слова; его актуальность, современность, частотность; соответствие эстетическим вкусам и потребностям определенной части социума; расширение синтаксических связей, следствием которых является амбивалентность прагматики «модных» слов и «опустошенность» семантики.

Список «модных» слов может быть достаточно большим, их полный перечень, пожалуй, дать практически невозможно, хотя такие попытки предпринимаются. Например, В. И. Новиковым был составлен «Словарь модных слов»¹¹. Автор описывает современную речевую моду; термин «модное слово» он определяет как «слово с претензиями, оно часто звучит в прессе, то и дело доносится из радиоприемника или телевизора. Оно все время держится на виду, порой оттесняя своих более тихих собратьев». Исследователь относится к языку как к живому организму. В словаре В. Новиков собрал слова, «задевающие за живое, располагающие к спору и о языке, и об актуальных нравственно-социальных проблемах»¹².

Таким образом, мы видим, что ученые уделяют довольно много внимания проблеме модных слов. Однако если посмотреть на жизнь модных слов в более долгосрочной перспективе, то окажется, что слова, в определенный временной период входящие в категорию модных, могут либо выйти из активного употребления говорящими, либо оставаться в поле важных, высокочастотных слов носителей языка. Во втором случае, как нам кажется, можно говорить о переходе таких слов из разряда модных в категорию ключевых слов современности.



Ключевые слова современности наряду с модными словами обозначают актуальные понятия и реалии, являются самой информативной категорией лексики, т. е. отвечают критерию современности (по терминологии А. Б. Гофмана). Но, в отличие от модных слов, ключевые слова современности находятся в центре внимания носителей языка, в активном употреблении более длительное время, поэтому могут характеризовать взгляды и ценности определенного периода глужбе.

Так, например, около 10 лет назад среди модных исследователи называли слова *беспредел*, *бренд*, *гламур*, *облом*, *понт*, *проект*, *шляга* и др.¹³ Сегодня одни из этих слов вышли из активного употребления говорящими, утратили статус модного слова (слова *беспредел*, *гламур*, *облом*, *понт*, *шляга*), другие остаются высокочастотными (*бренд*, *проект*) и «обрастают» новыми коннотациями, расширяют свое значение и сферу использования. То есть слова второй группы сегодня также можно отнести к модным, но при этом чувствуется (на уровне языкового чутья носителей языка) их большая значимость для говорящих. Под словом *бренд* в настоящее время понимается не только название торговой марки, но и те представления, ощущения, ассоциации, которые появляются у человека при его узнавании: *Я хочу, чтобы бренд, который мы делаем, ассоциировался с нашей страной*¹⁴. Высокая активность употребления слова *проект* в самых разных контекстах также приводит к появлению в его значении новых оттенков семантики. Из значения слова *проект* уходит основной смысл «только замысел, план», что-то отнесенное на перспективу, в будущее, еще не реализованное. В современном употреблении данного слова (сочетания *телевизионный проект*, *музыкальный проект*, *коммерческий проект*, *интернет-проект*, *анимационный проект*, *социальный проект*, *образовательный проект*, *мульти-медийный проект*) мы можем наблюдать новое расширительное значение – «нечто законченное, выделенное из ряда других, обладающее определенным планом, внутренней структурой и логикой, направленное на решение определенной цели, коллективное и многоактное по своему осуществлению». Присутствует и такой компонент значения, как необходимость определенных временных, ресурсных и финансовых затрат, а также некое значение креативности. Именно из названных смысловых компонентов исходит, по-видимому, представление о реализации проектов как престижном, высоко оцениваемом обществом занятии.

Такой критерий модного объекта, как универсальность, проявляющийся в высокой частоте употребления, массовости, также характерен для ключевых слов современности. Актуальная семантика слова, широкая сфера употребления, использование большинством носителей языка – именно так можно описать некоторые особен-

ности ключевых слов современности. Возможно, критерий универсальности даже более характерен для ключевых слов современности, чем для модных слов. Приведем несколько лексем, которые сегодня, на наш взгляд, можно назвать модными: *инсайт*, *кейс*, *лайфхак*, *марафон*, *фейк*, *фьюжн*, *хайп*. Некоторые из этих слов имеют некий потенциал и при определенных условиях могут перейти в статус ключевых слов современности. Например, слово *лайфхак* (от англ. *life hack* – взлом жизни) – «житейская хитрость, полезный совет, помогающий решать какие-либо проблемы»: *Лайфхак для туристов: картофельные чипсы отлично горят, ими можно разжигать костер, если нет бумаги*¹⁵. В настоящее время мы можем наблюдать процесс становления и развития этой лексемы как ключевого слова современности: вокруг нее образуется ассоциативное поле, заметно расширение сферы ее употребления. Однако пока вряд ли можно сказать, что оно прочно укоренилось в русском языке и языковом сознании носителей языка, – для этого нужно время.

Демонстративность (яркость плана выражения) не столь значима для ключевых слов современности. Например, к ключевым словам современности можно отнести слово *услуга*, не имеющее в своем внешнем облике ничего необычного. В функционировании слова *услуга* ярко проявляется такой признак ключевых слов современности, как расширение сферы употребления и семантики. Сочетаемость возможности весьма заметно возросли: кроме *медицинских* и *образовательных* есть также *банковские услуги*, *юридические*, *гостиничные*, *рекламные*, *маркетинговые*, *транспортные*, *консультационные*, *туристические*, *услуги сотовой связи*, *услуги стилистов*, *услуги интернет-доступа* и т. д. Услуга сегодня практически всегда выступает объектом купли-продажи.

Наконец, игровое начало, свойственное модным объектам, на наш взгляд, не имеет существенного значения и не является определяющим признаком для ключевых слов современности.

Одной из главных отличительных черт ключевых слов современности можно назвать оформление их в статус концептуальных единиц, формирующих и трансформирующих миропонимание, ценности и взгляды людей нашего времени. То есть о ключевых словах современности можно говорить как о концептах, поскольку значение ключевых слов современности представляет собой уже целый комплекс знаний, понятий, переживаний, ассоциаций и не может быть объяснено обычным словарным определением. Анализировать концепты в процессе их становления и развития позволяет динамическая модель¹⁶ (в отличие от статической).

Ключевые слова современности участвуют в двустороннем процессе: с одной стороны, отражают взгляды и ценности общества определенного периода, а с другой – формируют их, влияют на



формирование картины мира личности. В этом плане модные слова демонстрируют лишь внешнюю привлекательность и соответствие эстетическим вкусам общества.

Различия заметны и в плане функционирования лексем: ключевые слова современности чаще

(чем модные) демонстрируют способность к метафоризации, у них ярче наблюдается расширение значения и получение дополнительных оттенков семантики (в том числе оценочных). Общие и различные характеристики модных слов и ключевых слов современности представим в виде таблицы.

Сравнительная характеристика модных слов и ключевых слов современности

Модные слова	Ключевые слова современности
<i>Общие черты</i>	
1. Актуальность, современность, высокая частотность употребления 2. Самая информативная (в социолингвистическом плане) категория лексики	
<i>Различия</i>	
Характеризуют эстетические вкусы общества, внешнюю сторону жизни людей. Демонстративны (стремлением выразить свое Я), имеют яркую внешнюю оболочку, отличаются новизной плана выражения	Отражают взгляды и ценности людей определенной эпохи и влияют на формирование картины мира личности
Высокая частотность употребления наблюдается очень короткое время	Находятся в центре внимания носителей языка длительное время
Неопределенность семантики (как следствие высокой частотности употребления и расширения значения)	Закрепляются в сознании как «пучок» понятий, знаний, ассоциаций, переживаний, которые сопровождают слово, т. е. представляют собой концепты

Таким образом, при сравнительной характеристике двух языковых феноменов мы выяснили, что между ними существуют довольно серьезные различия. С помощью анализа модных слов можно выявить эстетические вкусы общества, составить поверхностное представление об особенностях того или иного непродолжительного промежутка времени. Ключевые слова современности визуализируют в нашем сознании ценности личности и общества эпохи, преобладающий тип отношений в социуме, «рисуют» «номинативный облик эпохи».

Примечания

- ¹ Добросклонская Т. Роль СМИ в динамике языковых процессов // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2005. № 3. С. 48.
- ² См.: Гофман А. *Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения*. М., 2010.
- ³ Вепрева И., Мустайоки А. Какое оно, модное слово: к вопросу о параметрах языковой моды // Русский язык за рубежом. 2006. № 2. С. 49.
- ⁴ См.: Комлев Н. *Слово в речи. Денотативные аспекты*. М., 2007.

- ⁵ Туткова О. К терминологическому обозначению высокочастотной лексики // Терминоведение. 1998. № 1–3. С. 149.
- ⁶ См.: Валгина Н. *Активные процессы в современном русском языке: учеб. пособие*. М., 2001.
- ⁷ См.: Крысин Л. *Активные процессы в литературном языке // Современный русский язык: активные процессы на рубеже XX–XXI веков / отв. ред. Л. П. Крысин*. М., 2008.
- ⁸ Вепрева И., Мустайоки А. Указ. соч. С. 56.
- ⁹ См.: Ольшанский Д. *Психология масс*. СПб., 2002.
- ¹⁰ Журавлева Н. *Феномен «модного» слова: лингвопрагматический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук*. Ростов н/Д, 2010. С. 3.
- ¹¹ См.: Новиков В. *Словарь модных слов*. М., 2011.
- ¹² Там же. С. 4.
- ¹³ Там же.
- ¹⁴ Национальный корпус русского языка. URL: <http://www.ruscorgo.ru/> (дата обращения: 24.08.2018).
- ¹⁵ Там же.
- ¹⁶ См.: Орлова О. *Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и миромоделирующий потенциал: автореф. дис. ... д-ра филол. наук*. Томск, 2012.

Образец для цитирования:

Попова Л. А. К вопросу о соотношении понятий «модное слово» и «ключевое слово современности» // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2019. Т. 19, вып. 2. С. 155–158. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-155-158>

Cite this article as:

Popova L. A. To the Question of the Correlation of the Notions of a 'Fashionable Word' and a 'Key Word of the Modern Times'. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2019, vol. 19, iss. 2, pp. 155–158 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-155-158>