

О.А. Дмитриева

*Волгоградский государственный социально-педагогический университет,
г. Волгоград, Россия*

ЯЗЫКОВАЯ МОДА КАК ПОВЕДЕНЧЕСКИЙ РЕГУЛЯТИВ

В данной статье рассматривается языковая мода как поведенческий регулятив, способы ее реализации, функции, оценка со стороны носителей лингвокультуры.

Ключевые слова: мода, модник, регулятив, статусность, частотность, новизна, коммуникативное поведение.

In this article language fashion is analyzed as a behavioral regulator; as well as some ways of its realization, functions, native speakers' appraisal are under consideration.

Key words: fashion, dandy, social status, frequency, novelty, communicative behaviour.

Антропоцентрическое направление гуманитарных знаний, в число которых входит лингвистика, акцентирующая свое внимание на человеке в языке, привлекает в качестве объекта исследования многообразные сферы человеческого бытия, к которым относятся различные аспекты коммуникативного поведения, поведенческие регулятивы и т.д. Одним из поведенческих регулятивов является мода, которая, будучи социальным феноменом, представляет собой характеристику языковой личности с точки зрения вербального и невербального проявления, что позволяет говорить о языковой моде.

«Толковый словарь» под ред. Д.Н. Ушакова трактует моду как «Совокупность привычек, вкусов, предпочтений у данной среды в данное время. Ввести что-нибудь в моду. Войти в моду. Не в моде. Одет по последней моде. Мода стричь волосы или мода на стриженные волосы. Привычка, новая манера поведения (прост.). *«У меня нет моды деньгами платить»* Чехов. *«А еще тоже моду взяли вечера с огнем сидеть»* Чехов...» [6]. Как видно из определения, мода характеризуется периодичностью, актуальностью, цикличностью, доминированием, проявлением в различных сферах, частотностью. Таким образом, мода представляет собой регулятив, определяющий коммуникативное поведение языковой личности.

Отметим, что отношение к моде характеризуется амбивалентностью. Проведенное пилотажное исследование показало, что значительная часть населения (63%) игнорирует языковую моду, 22% опрошенных выразили позитивное отношение к языковой моде, 10% негативное, соответственно 5% затруднились ответить. Любопытно, что из числа позитивно оценивающих языковую моду, преобладающее большинство (75%) характеризуется довольно молодым возрастом (15-30 лет), тогда как более взрослая категория носителей русской лингвокультуры имеют высокий социальный статус. Имеет смысл говорить о языковом моднике, опираясь на дефиницию, приведенную в словаре Д.Н. Ушакова, где модник трактуется как «Человек, слепо следующий во всем за модой, старающийся ни в чем не погрешить против моды» [6]. Соответственно, с позиции языковой моды, модник

реализует «модное» коммуникативное поведение, как в вербальном, так и невербальном плане. Отметим, что проявление моды в языке происходит на всех уровнях, начиная с фонетического, заканчивая синтаксисом. Кроме того, немаловажен анализ ценностной составляющей «модной языковой личности», поскольку в зависимости от приоритетов, носитель лингвокультуры может относиться к моде амбивалентно, однако прослеживается неосознанное воспроизводство отдельно взятых элементов модного составляющего языка, в связи с их частым цитированием. Гипотетически, мы полагаем, что носителей лингвокультуры можно разделить условно на 3 группы, по признаку позиции моды в ценностной шкале предпочтений: сознательные модники, несознательные модники, уклоняющиеся.

Обязательным условием существования языковой моды является триада: новизна, частотность, статусность, как только происходит частое цитирование модной языковой единицы, она теряет остроту и оригинальность, редуцируется до клише. В области материальной моды такой объект оценивают как устаревший. Трудности в классификации объекта по критерию «модный – немодный» переносятся во все сферы проявления моды. Именно эта кратковременность является основной трудностью для филолога, ставящего перед собой задачу изучить модные языковые единицы. В связи с этим мы полагаем, что изучение массово цитируемых единиц в речи, ранее относившихся к модным единицам, является правомерным и полученные результаты являются идентичными как для единиц, находящихся на пике моды, так и для устаревающих. Данный подход позволяет также, разграничить временные границы появления и функционирования модного слова в той или иной лингвокультуре. Говоря о частотности воспроизводства языковой единицы, необходимо разграничить моду и паразитарность, связанную с сверхчастотным употреблением какой-либо языковой единицы, возможно модной [2]. Как отметила Е.Э. Разлогова, паразитарность соотносится с потерей контроля над речью, соответственно, причина этого явления сводится к состоянию тревожности говорящего, которая и находит свое выражение в частом повторении одного и того же слова или выражения на коротком отрезке речи [3, с.15].

Рассматривая стилевые предпочтения языковой моды, отметим, что минимальное воздействие моды наблюдается в официально-деловом и научном стилях в связи с требованиями, возлагаемыми на них: точность, насыщенность терминологии, клише и т.д. Модные единицы, в данном случае, проявляются максимально невербально: жестикация, просодика, внешний вид и т.д. В вербальном плане, модные единицы определяются актуальными направлениями научных изысканий, так, в последние годы стали активно использовать лексемы *инновация*, *парадигма*.

Что касается наиболее подверженного моде разговорного стиля, то здесь наблюдается максимальное воздействие языковой моды на коммуникантов. Как отметила О.Б. Сиротина, для речи носителей разговорных типов характерна погоня за модой: модными же сейчас являются далеко не лучшие элементы речи: жаргонизмы, максимальная сниженность речи и «высокая» книжность, насыщенность иностранными словами [4].

По частеречной принадлежности модные единицы представлены, преимущественно, самостоятельными частями речи, т.е. именем существительным (*маргинал, креатив, гламур*), именем прилагательным (*галимый, реальный, неотчуждаемый*), числительным (*нулевой (нулевые годы), кавырнадцать*), местоимением (*мну, эно*), глаголом (*прикинуть, кемарить, догонять, тупить*), наречием: (*жосско, круто, легко, прикольно*).

Минимальный объем модного высказывания – слово: *Вау!* Максимальный объем – предложение: *Ой, как все запущено!* Гипотетически, возможно отнести определенный текст к разряду модных текстов, полагаем, что модные тексты, цитируемые в коммуникативно-массовом сознании, дробятся на цитаты, которые, в свою очередь, функционируют в качестве прецедентных текстов. В связи с этим, модным считается само произведение, цитирование которого поднимает престиж, статус [1]. Например, участник форума следующим образом отрефлексировал языковую моду: *«Это верх глупости - делать что-то по причине того, что это делают другие. Если говорят – «Это модно», сие не означает «это красиво», «это привлекательно», «это полезно». Только – «так делают все», «это носят все». Единственное, что я делаю как все - это Гарри Поттера читаю...»* [8].

Лексическое наполнение модных единиц разнообразно. Ряд модных языковых единиц несут оценку: *жжшош* — одобрение качества [5], в ряде случаев информационная нагрузка отсутствует, единица фигурирует как слово-паразит: *понять и простить*.

Этимология модных единиц различна, проиллюстрируем примерами. Заимствования из других лингвокультур, обусловленные историческими или экономическими событиями: *«Талибан», «Аль-Каида», «джихад», «халифат»*.

Зафиксированы модные неологизмы в новой автономно развивающейся виртуальной реальности, например, *вирус (семантический неологизм), ЗЫ (ошибка раскладки), Post Scriptum, p.s. (примечание к ранее написанному)*.

Модные антропонимы имеют прямую и тесную связь с экстралингвистическими процессами, протекающими в обществе: *Даздраперма (от некогда популярного лозунга «Да здравствует Первое мая!»)*. В сфере материального проявления моды прогнозами занимаются специалисты – социологи, маркетологи, тогда как прогнозированием языковой моды занимаются не только филологи, но и носители лингвокультуры. Проиллюстрируем примером, взятым из форума: *«Говорили «типа» – закончилось, «как бы» тоже практически закончилось. И т. д. А «баско» вообще мало продержалось. Думаю, лучшие народные словечки останутся. Это – «прикол» (прикольно), «че», «мя» и некоторые другие (даже многие)»* [7].

Мода проявляет себя в большей степени среди молодежи, поскольку базовые функции моды выражаются в подчеркивание своего статуса, стремлении выглядеть современным, не отстать от других. У языковых личностей, занимающих высокий социальный статус, проявление моды должно носить регулируемый характер, т.к. слепое подражание и копирование модных единиц может привести к понижению статуса [2]. Эту точку зрения разделяет Владимир Иванович Новиков, профессор факультета журналистики МГУ, автор «Словаря модных слов»: *«Если заляпанный краской строитель говорит – кирпичи в разы подорожали, это ему к лицу. Но когда вице-президент Российской академии наук гово-*

рит, что в Америке на науку выделяется средств в разы больше, я в ужасе, что так говорит академик. – СТАТУС И Уместность... Я думаю, что с точки зрения... человек интеллигентный – это абсолютное меньшинство, носителей интеллигенции... не должен слишком гнаться за модой» [9].

Итак, языковая мода представляет собой поведенческий регулятив, осознается носителями лингвокультуры, характеризуется цикличностью, динамичностью, проявляется в использовании определенных единиц, нацеленных на повышение статуса языковой личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Дмитриева О.А.* Социокультурная характеристика языковой моды // Актуальные проблемы германистики, романистики и русистики: материалы ежегодной международной научной конференции. Екатеринбург, 3-4 февраля 2012 года. Екатеринбург, 2012. 308 с. Ч.1.
2. *Дмитриева, О.А.* «Языковая мода»: к определению понятия // Дискуссионные вопросы современной романистики: сб. науч. трудов., посвященных 60-летию каф. романской филологии ВГСПУ. Волгоград: Парадигма, 2012. 126 с.
3. *Разлогова Е.Э.* Логико-когнитивные и стилистические аспекты семантики модальных слов: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2005.
4. *Сиротинина О.Б.* Разговорные типы речевой культуры и хорошая речь [Электронный ресурс]. Режим доступа: // http://www.gramota.ru/biblio/magazines/gramota/kultura/28_129.
5. Словарь албанского языка [Электронный ресурс]. Режим доступа: // http://www.balaboloff.ru/raznoe/slovarik_modnyh_vyrazhenii.print.
6. Толковый словарь русского языка / Под редакцией Д.Н. Ушакова. М.: Астрель: АСТ, 2000.
7. Форум Лесной сити. ру [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://forum.lesnoy-city.ru/index.php?topic=1646.0> ФОРУМ.ЛЕСНОЙ-СИТИ.РУ.
8. Форум [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://www.lovehate.ru/opinions/6196>.
9. Языковая мода: какие слова и выражения нам к лицу [Электронный ресурс]. Режим доступа: // http://slovari21.ru/analytics/yazikovaya_moda_kakie_slova_i_virazheniya_nam_k_licu.