

**И.А. Стернин, Э.В Шаламова**

**Психолингвистический  
толковый словарь русского языка**

**Выпуск 5**

**Наименования автомобилей**

**Воронеж  
2019**

Психолингвистический толковый словарь – новый тип лексикографического издания. Он содержит толкования значений слов, полученные в результате психолингвистических экспериментов.

Уже подготовлены 4 выпуска психолингвистического толкового словаря русского языка, описывающие значения имен собственных в том виде, в каком они представлены в языковом сознании носителей современного русского языка. Выпуск 5 посвящен семантике наименований современных автомобилей.

Словарь предназначен для преподавателей русского языка, русского языка как иностранного, лексикографов, культурологов, спичрайтеров, рекламистов, а также всех любителей русского языка.

Рецензент д.ф.н. проф. М.Е.Новицхина

© Стернин И.А., Шаламова Э.В., 2019

ISBN

Психолингвистический толковый словарь русского языка: – Вып. 5. – Наименования автомобилей. / Стернин И.А., Шаламова Э.В., – Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2019. – 33 с.

## ВВЕДЕНИЕ

Предлагаемый читателям психолингвистический толковый словарь современного русского языка является первой попыткой создания словаря подобного рода. В нем представлены психолингвистические значения слов – то есть значения в том виде и объеме, в котором они предстают перед исследователем по результатам психолингвистических экспериментов.

Теоретические принципы в создания подобного словаря обоснованы в (Стернин, Рудакова 2011).<sup>1</sup>

По результатам разнообразных экспериментальных процедур со словом (свободный и направленный ассоциативный эксперимент, верификационный эксперимент, субъективная дефиниция и др.) может быть описано психолингвистическое значение исследуемого слова.

При создании любого словаря (словаря нового типа тем более) перед лексикографом возникают теоретические и методические проблемы, которые лексикографу необходимо решить. На практике.

### *Проблема определения объема и состава словаря будущего словаря*

Основными критериями отбора единиц словарика данного словаря явились высокая частотность наименований автомобилей в период автомобильного бума в стране.

### *Проблема метода*

Поскольку целью психолингвистического словаря является описание *обыденного языкового сознания*, для его выявления используется психолингвистический эксперимент. Результаты эксперимента дают возможность получить доступ к достоверным данным о содержательной стороне слова.

---

<sup>1</sup> Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы: монография / И.А. Стернин, А.В. Рудакова. – Россия: Ламберт, 2011. – 192 с.

### *Проблема обработки результатов эксперимента*

Была разработана общая методика описания содержания психолингвистического значения слова (Стернин, Рудакова 2011). Однако при анализе ассоциатов исследуемого стимула возникали следующие трудности: возможность различной интерпретации одного и того же ассоциата, большое количество оценочных реакций, появление «ложных» или «ошибочных» сем и семем с точки зрения традиционных толковых словарей, интерпретация реакций, выраженных собственными именами, прецедентными текстами, появление энциклопедической информации в составе значения слова; появление субъективности при интерпретации результатов эксперимента и др. При уточнении методики описания психолингвистического значения наименований автомобилей все проблемы и вопросы, связанные с анализом экспериментального материала, были учтены, и в методику описания психолингвистического значения наименований автомобилей внесены соответствующие изменения.

В качестве основного был использован метод направленного ассоциативного эксперимента, результаты которого впоследствии были подвернуты экспериментальной верификации основной группой испытуемых.

### *Проблема построения статьи словаря*

Словарная статья словаря наименований автомобилей строится как перечисление семантических компонентов, выделенных и верифицированных испытуемыми в порядке убывания их яркости с указанием частотности соответствующего семантического компонента в эксперименте.

Психолингвистический толковый словарь русского языка описывает *обыденное языковое сознание*, реально сложившееся восприятие и употребление слов в современном русском языке, выявляя состояние, проблемы и тенденции развития семантики активной части лексики современного русского языка.

Если испытуемые выделяют в значении слова много семантических компонентов, значит, наименование данной марки автомобиля коммуникативно и когнитивного активно в языковом сознании, если сем мало – слово малоактивно. Если сем не выявляется – значит, данное наименование автомобиля находится вне современного русского языкового сознания.

Круг потенциальных пользователей психолингвистического толкового словаря достаточно широк. Это и специалисты по русскому языку, изучающие особенности владения русским языком; и специалисты по когнитивной лингвистике, анализирующие ментальные формы существования русского языка; и преподаватели русского языка как родного, так и иностранного; журналисты, редакторы, переводчики, специалисты, связанные с созданием текстов, рекламисты, социологи, историки, психологи, спичрайтеры, а также все носители языка, интересующиеся современным русским языком и современной семантикой русских слов.

Предполагается серийный выпуск словаря. Каждый выпуск будет содержать, как предполагается, примерно по 50 - 100 словарных статей. По мере подготовки словарных статей выпуски будут появляться в свет.

В настоящее время подготовлено 4 выпуска Психолингвистического толкового словаря русского языка, посвященных психолингвистическому значению имен собственных: Психолингвистический толковый словарь русского языка. – Вып. 1. – Антропонимы / А.В. Рудакова, С.В. Коваленко, И.А. Стернин.– Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018. -127 с.; Психолингвистический толковый словарь русского языка. – Вып. 2. – Антропонимы / А.В. Рудакова, С.В. Коваленко, И.А. Стернин.– Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018. -135 с.; Психолингвистический толковый словарь русского языка: — Вып. 3. — Антропонимы / А.В. Рудакова, С.В. Коваленко, И.А. Стернин. — Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2018. — 107 с.; Психолингвистический толковый словарь русского языка: — Вып. 4.

— Антропонимы / А.В. Рудакова, С.В. Коваленко, И.А. Стернин. — Воронеж: ООО «Издательство РИТМ», 2019 (в печати).

Данный, пятый выпуск словаря создавался в течение нескольких лет — 2016-2018 гг.

Работа по составлению словаря была распределена следующим образом:

Стернин И.А. — идея разработки психолингвистического словаря наименований автомобилей, разработка методики описания, составление словарника, формулирование словарных статей, редактирование текста словаря, подготовка оригинал-макета.

Шаламова Э.В. — проведение эксперимента, предварительная обработка результатов.

После словарных статей словаря приводится небольшой комментарий составителей. Который позволяет судить об особенностях семантики анализируемой тематической группы лексики в языковом сознании современных носителей русского языка.

## Литература

Рудакова А.В., Стернин И.А. Трафаретная модель описания психолингвистического значения слова // Психолингвистика и лексикография: сб. науч. тр. / Науч. ред. А.В. Рудакова. — Воронеж: Истоки, 2015. — Вып. 2. — С. 97-110.

Стернин И.А., Рудакова А.В. Психолингвистическое значение и его описание: теоретические проблемы: монография. — Saarbrücken: Lambert Academic Publishing, 2011. — 192 с.

*Методика психолингвистического описания  
наименований автомобилей*

Для описания семантики наименований автомобилей в современном русском языке нами был использован метод направленного ассоциативного эксперимента, метод семантической интерпретации результатов ассоциативных экспериментов (семная атрибуция)<sup>2</sup> и метод лингвистического интервьюирования<sup>3</sup> в форме атрибуции лексических единиц выделенным семантическим компонентам.

Предварительно был составлен список наиболее известных в России марок и типов автомобилей (93), который включил следующие единицы (в список вошли как официальные наименования марок автомобилей, так и разговорные названия моделей, а также обобщенные наименования типа *джип*, *внедорожник*):

Альфа-Ромео  
Ауди  
Багги  
Бентли  
БМВ  
Богдан  
Внедорожник  
Волга  
Вольво  
Восьмерка  
ГАЗ  
Газель  
Датсун  
Двенадцатая  
Двойка  
Девятка  
Десятка

---

<sup>2</sup> Стернин И.А, Рудакова А.В. Психолингвистическое значение слова и его описание. Теоретические проблемы. LAP Lambert Academic Publishing: Saarbrücken, 2011. - С.139-164.

<sup>3</sup> Стернин И.А. Теоретические и прикладные проблемы языкоznания. Избранные работы. Воронеж: «Истоки», 2008. –С.98

Джип  
Додж  
ДЭУ  
Жигули  
Запорожец  
ЗИЛ-«членовоз»  
Инвалидка  
Иномарка  
Инфинити  
Исузу  
Кадиллак  
КИА  
Копейка  
Крайслер  
Лада  
Лада Гранта  
Лада Калина  
Лада Приора  
Ламборгини  
Лексус  
Луаз  
Лэндкрузер  
Лэндровер  
Мазда  
Матис  
Мерседес  
Мишубиси  
Москвич  
Нива  
Нива-Шевроле  
Ниссан  
Одннадцатая  
Ока  
Опель  
Опель Астра  
Пежо  
Победа  
Порше  
Пятерка  
Рено  
Рено Дастер  
Рено Логан  
Роллс-Ройс  
Сааб  
Сан-Йонг

Семерка  
Ситроен  
Соболь  
Субару  
Судзуки  
Таврия  
Тойота  
Тройка  
УАЗ  
УАЗ Патриот  
Фиат  
Фольксваген  
Форд  
Форд Фиеста  
Форд Фокус  
Хаммер  
Хёндай  
Ховер  
Чайка  
Черри  
Четверка  
Шевроле  
Шестерка  
Шкода  
Шкода Октавия  
Ягуар

Затем с наименованиями автомобилей был проведен пилотажный ( с 50-тью испытуемыми) направленный ассоциативный эксперимент: X – КАКОЙ? с целью выявления возможных семантических признаков данных лексических единиц.

Методом семной интерпретации были выделены следующие семантические компоненты, характеризующие семантику наименований автомобилей:

Престижный  
Дорогой  
Статусный  
Дешевый  
Непрестижный  
Плохой

Качественный  
Некачественный  
Роскошный  
Надежный  
Ненадежный  
Мощный  
Брутальный  
Элегантный  
Модный  
Ретро  
Вызывает уважение  
Вызывает насмешку  
Владелец богатый  
Владелец небогатый  
Представительский  
Бюджетный  
Примитивный  
«Навороченный»  
Дорогой в эксплуатации  
Дешевый в эксплуатации  
Красивый  
Уродливый  
Комфортабельный  
Некомфортабельный  
Аскетичный  
Для бизнесменов  
Для многодетной семьи  
Для молодежи  
Для женщин  
Для бизнесменов  
Для пожилых водителей  
Для банкиров  
Быстроходный, скоростной  
Мощный  
Медленно едет  
Слабомощный  
Большой  
Маленький  
Легко парковать  
Трудно парковать  
Удобно ездить  
Неудобный  
Ездить на дачу  
Ездить на работу  
Ездить на отдых

Далее был проведен основной эксперимент. Респондентам – 210 носителям русского языка как родного разного пола, возраста и социального положения, в равной мере как водителям, так и «пассажирам», была предложена анкета со следующей инструкцией:

*Просим вас принять участие в психолингвистическом эксперименте.*

*Мы изучаем значения слов, называющих в русском языке автомобили. Нам важно выяснить, какие признаки выделяют сегодня носители русского языка в значениях слов, называющих разные марки машин - то есть мы изучаем, как люди воспринимают сегодня те или иные легковые машины.*

*Просим Вас помочь в нашем исследовании. Результаты будут использованы исключительно в научных целях.*

*Просим Вас заполнить предлагаемую анкету.*

*Пожалуйста, прочтайте список признаков, которые люди часто используют, характеризуя различные марки автомобилей, и список популярных марок автомобилей.*

*После этого против каждого признака напишите несколько (3-5) наименований автомобилей из приведенного списка, которые, по вашему мнению, соответствуют данному признаку.*

*Нас интересуют не реальные технические, ценовые и др. характеристики автомобилей, а ваше личное восприятие этих машин. Все Ваши ответы будут правильными для нас.*

*Не раздумывайте долго, работайте быстро, нас интересует Ваше спонтанное мнение, то есть то, что в первую очередь приходит в голову.*

*Если у вас нет мнения – ставьте прочерк.*

*Если хотите дописать какой-нибудь признак или признаки – сделайте это в конце списка.*

*Пожалуйста, заполните также некоторые сведения о себе.*

*Спасибо за помощь!*

Анкета, которая предлагалась респондентам, имела следующий вид:

### **Анкета**

*Пожалуйста, укажите сведения о себе:  
Пол – мужской, женский (подчеркните)  
возраст – количество полных лет (укажите цифру)\_\_\_\_\_*

Вы водитель или только пассажир (подчеркните нужное)

**Напишите против каждого признака 3-5 наименований машин из приведенного списка, которые, по вашему мнению, обладают данным признаком; можно добавить свои признаки (в конце).**

Престижный
Дорогой
Статусный
Дешевый
Непрестижный
Плохой
Качественный
Некачественный
Роскошный
Надежный
Ненадежный
Мощный
Брутальный
Элегантный
Модный
Ретро
Вызывает уважение
Вызывает насмешку
Владелец богатый
Владелец небогатый
Представительский
Бюджетный
Примитивный
«Навороченный»
Дорогой в эксплуатации
Дешевый в эксплуатации
Красивый
Уродливый
Комфортабельный
Некомфортабельный
Аскетичный
Для бизнесменов
Для многодетной семьи
Для молодежи
Для женщин
Для бизнесменов
Для пожилых водителей
Для банкиров

Быстроходный, скоростной
Мощный
Медленно едет
Слабомощный
Большой
Маленький
Легко парковать
Трудно парковать
Удобно ездить
Неудобный
Ездить на дачу
Ездить на работу
Ездить на отдых

Всего участникам опроса было предложено 93 наименования автомобилей и 49 семантических компонентов для атрибуции.

Обработка результатов исследования позволила сформулировать психолингвистические значения наименований автомобилей, представленные в языковом сознании респондентов. Был вычислен индекс яркости (ИЯ) каждого выявленного семантического компонента и совокупный индекс яркости всего значения (СИЯ). В словарных статьях ИЯ и СИЯ приводятся в абсолютных цифрах.

Испытуемые добавили к списку наименований автомобилей номинацию «все отечественные машины», которая тоже включена в словарь. Наименования автомобилей, не указанные испытуемыми ни разу, приводятся без «семантики», помечаются как неактуальные для языкового сознания.

# **Психолингвистический словарь наименований автомобилей**

**210 ии  
2016-2017**

**АЛЬФА-РОМЕО 210** – элегантный 7, богатый 4, красивый 4, брутальный 3, дорогой 3, навороченный 3, роскошный 3, скоростной 3, трудно парковать 3, статусный 2, для банкиров 2, качественный 2, престижный 2, дорогой в эксплуатации 2, модный 1, большой 1, владелец быстроходный, мощный 1, мощный 1, надежный 1, вызывает уважение 1, неудобный 1, легко парковать 1, непrestижный 1, представительский 1, для бизнесменов 1

**СИЯ 53**

**АУДИ 210** – дорогой в эксплуатации 28, надежный 23, модный – 13, престижный 11, легко парковать 8, ездить на работу 8; элегантный 7, удобно ездить 4, красивый 3, для женщин – 2

**СИЯ 108**

**БАГГИ 210** – дорогой 16

**СИЯ 16**

**БЕНТЛИ 210** – дорогой 25, для бизнесменов 17, навороченный 12, представительский 5

**СИЯ 58**

**БМВ** 210 – престижный 52, модный 43, для бизнесменов 28, скоростной 23, брутальный 19, быстроходный, мощный 15, ездить на работу 14, представительский 13, дорогой в эксплуатации, красивый – 12, владелец богатый 9, трудно парковать 5

СИЯ 233

**БОГДАН** 210 – слабомощный 3

СИЯ 3

**ВНЕДОРОЖНИК** 210 – ездить на дачу 42, надежный 23

СИЯ 65

**ВОЛГА** 210 – для пожилых водителей 13, неудобный 12, трудно парковать 8, надежный 7, ездить на дачу 7, вызывает уважение 4, мощный 3, качественный 3, представительский 3, аскетичный 2, непрестижный 2, роскошный 2, элегантный 2, престижный 1

СИЯ 69

**ВОЛЬВО** 210 – примитивный 34, ненадежный 32, трудно парковать 23, мощный 12, элегантный 10, представительский 7, удобно парковать 6, модный 4;

СИЯ 128

**ВОСЬМЕРКА** 210 – непрестижный 45, дешевый 10, дорогой в эксплуатации 5, ездить на дачу 2, роскошный 2

СИЯ 64

**ВСЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ МАШИНЫ** – ненадежные 8,  
дешевые 5  
СИЯ 13

**ГАЗ 210** – плохой 15, некомфортабельный 11, трудно парковать 3, для пожилых водителей 1

СИЯ 30

**ГАЗЕЛЬ 210** – ездить на работу 25, примитивный 12, трудно парковать 8

СИЯ 45

**ГЕЛЕНВАГЕН 210** – дорогой 5, брутальный 3

СИЯ 8

**ДАТСУН 210** – ездить на отдых 7, удобно парковать 2

СИЯ 9

**ДВЕНАДЦАТАЯ** – плохой 13, непrestижный 4, некачественный 3

СИЯ 20

**ДВОЙКА 210** – плохой 5, некачественный 2

СИЯ 7

**ДЕВЯТКА** 210 – плохой 11, непrestижный 5, вызывает насмешку 4, медленно едет 3, ездить на дачу 2

СИЯ 25

**ДЕСЯТКА** 210 – некачественный 8; уродливый 6, ненадежный 3, слабомощный 1

СИЯ 15

**ДЖИП** 210 – ездить на дачу 24, большой 18, престижный 15

СИЯ 57

**ДОДЖ** 210 – НЕ АКТУАЛЬНО

**ДЭУ** 210 – маленький 19, слабомощный 6

СИЯ 25

**ЖИГУЛИ** 210 – аскетичный 43, некомфортабельный 17, плохой 12, дешевый 12, непrestижный 8, некачественный 7, примитивный 5, медленно едет 1,

СИЯ 105

**ЗАПОРОЖЕЦ** 210 – ретро 43, дешевый 31, некомфортабельный 24, неудобный 17, аскетичный 2

СИЯ 117

**ЗИЛ 210** «членовоз» 210 – статусный 7, ретро 5, надежный 4, представительский 2

СИЯ 18

**ИЖ 210** – ретро 11, аскетичный 5, для пожилых водителей 3

СИЯ 19

**ИНВАЛИДКА 210** – ретро 5, для пожилых водителей 2, аскетичный 1 СИЯ 8

**ИНОМАРКА 210** – ездить на дачу 35, качественный 32, статусный 22, статусный 19, дорогой в эксплуатации 18, престижный 3

СИЯ 129

**ИНФИНИТИ 210** – дорогой в эксплуатации 17, дорогой 15, престижный 13, ездить на работу 12, владелец богатый 12, маленький 8; мощный 6, легко парковать 3

СИЯ 86

**ИСУЗУ 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**КАДИЛЛАК 210** – статусный 3, дорогой в эксплуатации 3  
СИЯ 6

**КИА 210** – удобно парковать – 3 (КИА РИО), дешевый в эксплуатации – 3; **СИЯ 6**

**КОПЕЙКА 210** – ретро 5, плохой 4, некачественный 2  
**СИЯ 11**

**КРАЙСЛЕР 210** – некомфортабельный 11, трудно парковать 3, дорогой 2, для пожилых водителей 1

**СИЯ 17**

**ЛАДА 210** – ретро 19; **СИЯ 19**

**ЛАДА ГРАНТА 210** – ездить на дачу 7, вызывает уважение 4, мощный 3, качественный 3, представительский 3, аскетичный 2, непrestижный 2, роскошный 2, элегантный 2, престижный 1

**СИЯ 29**

**ЛАДА КАЛИНА 210** – для пожилых водителей 2, аскетичный 1  
**СИЯ 3**

**ЛАДА ПРИОРА 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**ЛАМБОРГИНИ 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**ЛЕКСУС 210** – представительский 3, аскетичный 2, непrestижный 2, роскошный 2, элегантный 2, престижный 1;

СИЯ 12

**ЛУАЗ 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**ЛЭНДКРУЗЕР 210 – дорогой 45, большой – 12, надежный 7**

СИЯ 64

**ЛЭНДРОВЕР 210 – дорогой в эксплуатации 17, дорогой 15,  
престижный 13, ездить на работу 12, владелец богатый 12**

СИЯ 69

**МАЗДА 210 – вызывает уважение 23, владелец небогатый 17,  
престижный 3**

СИЯ 43

**МАЙБАХ 210 – для бизнесменов 49, вызывает уважение 34,  
дорогой 13 СИЯ 96**

**МАТИЗ 210 – владелец небогатый 23, дешевый 13, ненадежный  
12**

СИЯ 43

**МЕРСЕДЕС 210 – престижный 121, дорогостоящий 87, для  
бизнесменов 54; комфорtabельный 46**

СИЯ 308

**МИЦУБИСИ** 210 – дорогой 15, престижный 13, ездить на работу 12

**СИЯ** 40

**МОСКВИЧ** 210 – ретро 35

**СИЯ** 35

**НИВА** 210 – дешевый в эксплуатации 24

**СИЯ** 24

**НИВА-ШЕВРОЛЕ** 210 – владелец небогатый 27, дешевый 12, ненадежный 32

**СИЯ** 71

**НИССАН** 210 - НЕ АКТУАЛЬНО

**ОДИННАДЦАТАЯ** 210 -НЕ АКТУАЛЬНО

**ОКА** 210 – плохой 19, бюджетный 12, ретро 4, владелец небогатый 2,

**СИЯ** 37

**ОПЕЛЬ** 210 – вызывает уважение 23, комфортабельный 13, владелец небогатый 18

**СИЯ** 54

## **ОПЕЛЬ АСТРА 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**ПЕЖО 210** – для многодетной семьи 17, для пожилых водителей 12

СИЯ 29

**ПОБЕДА 210** – ретро 27

СИЯ 27

**ПОРШЕ 210** – дорогой в эксплуатации 17, дорогой 15, владелец богатый 15, престижный 13, ездить на работу 12

СИЯ 57

## **ПЯТЕРКА 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**РЕНО 210** – дорогой в эксплуатации 17, дорогой 15, престижный 13, ездить на работу 12, владелец богатый 12

СИЯ 69

## **РЕНО ДАСТЕР 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**РЕНО ЛОГАН 210** – владелец небогатый 12

СИЯ 12

**РОЛЛС-РОЙС 210** – ретро 23, дорогой в эксплуатации 15

СИЯ 38

**СААБ 210** – роскошный 2, владелец богатый 1, некачественный 1  
СИЯ 4

**САН-ЙОНГ 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**СЕМЕРКА 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**СИТРОЕН 210** –дешевый в эксплуатации 7, легко парковать 2,  
недорогой 1

СИЯ 10

**СОБОЛЬ 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**СУБАРУ 210** – трудно парковать 11, удобно ездить 6, ездить на  
дачу 4, владелец небогатый 2

СИЯ 23

**СУДЗУКИ 210** –брутальный 12, модный 7, дорогой 1

СИЯ 20

**ТАВРИЯ 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**ТОЙОТА 210** – дешевый 12, быстроходный, скоростной 2,  
трудно парковать 1

СИЯ 15

**ТРОЙКА 210 – ретро14**

**СИЯ 14**

**УАЗ 210 – дешевый 16, ездить на дачу 12**

**СИЯ 28**

**УАЗ ПАТРИОТ 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**ФЕРРАРИ 210 – комфортабельный 18, дорогой в эксплуатации 15, владелец богатый 7**

**СИЯ 40**

**ФИАТ 210 – дешевый 11**

**СИЯ 11**

**ФОЛЬКСВАГЕН 210 – для женщин 14, качественный 12, ездить на дачу 2**

**СИЯ 28**

**ФОРД 210 – для молодежи 12, ездить на отдых 5, ретро 3**

**СИЯ 20**

**ФОРД ФИЕСТА 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**ФОРД ФОКУС 210** – для женщин 34, бюджетный 18, красивый 1

**СИЯ 52**

**ХАММЕР 210** – для женщин 23, брутальный 11, ездить на дачу 5

**СИЯ 39**

**ХЁНДАЙ 210** – легко парковать 21, маленький 11, медленно едет 5, дешевый 2, ездить на дачу 2

**СИЯ 42**

**ХОВЕР 210** – НЕ АКТУАЛЬНО

**ХОНДА 210** – дорогой 5, для бизнесменов 5, престижный 2

**СИЯ 12**

**ЧАЙКА 210** – ретро 3

**СИЯ 3**

**ЧЕРРИ 210** – дешевый в эксплуатации 2, ездить на дачу 3, удобно парковать 6

**СИЯ 11**

**ЧЕТВЕРКА 210** - НЕ АКТУАЛЬНО

**ШЕВРОЛЕ 210** – для молодежи 12, ездить на дачу 8; удобно парковать 7 СИЯ 27

**ШЕСТЕРКА 210 – НЕ АКТУАЛЬНО**

**ШКОДА 210** – ездить на дачу 11, недорогой 5, комфорtabельный 3, для женщин 3

СИЯ 22

**ЯГУАР 210** - роскошный 21, владелец богатый 21, вызывает уважение 13, престижный 11, красивый 8, дорогой 5, брутальный 4, качественный 3, для молодежи 2

СИЯ 88

## **Комментарий**

Анализ словарных статей Психолингвистического толкового словаря наименований автомобилей позволяет сделать некоторые выводы об особенностях семантики данной тематической группы слов в языковом сознании.

Наиболее «семантически наполненными», объемными по значению для современного языкового сознания оказались наименования следующих автомобилей (они характеризуются наибольшим количеством выделенных испытуемыми сем):

*Альфа Ромео – 25 сем  
Волга – 14 сем  
БМВ – 12 сем*

*Ауди – 10 сем  
Лада Гранта – 10 сем  
Ягуар – 9 сем  
Вольво – 8 сем  
Инфинити – 8 сем  
Жигули – 8 сем  
Хендай – 7 сем  
Порше – 6 сем  
Иномарка – 6 сем  
Лексус – 6 сем*

Средний уровень «семантической наполненности» имеют следующие единицы (3-5 сем):

*Запорожец – 5 сем  
Восьмерка – 5 сем  
Девятка – 5 сем  
Лэндовер – 5 сем  
Рено – 5 сем  
Бентли – 4 семьи  
Газ – 4 семьи  
Десятка – 4 семьи  
ЗИЛ-«членовоз» – 4 семьи  
Крайслер – 4 семьи  
Мерседес – 4 семьи  
Ока – 4 семьи  
Субару – 4 семьи  
Шкода – 4 семьи  
Газель – 3 семьи  
Двенадцатая – 3 семьи  
Джип – 3 семьи  
Иж – 3 семьи  
Инвалидка – 3 семьи  
Копейка – 3 семьи  
Лэндкрузер – 3 семьи  
Майбах – 3 семьи  
Мазда – 3 семьи  
Матиз – 3 семьи  
Мицубиси – 3 семьи  
Нива-Шевроле – 3 семьи  
Опель – 3 семьи  
Сааб – 3 семьи  
Ситроен – 3 семьи  
Судзуки – 3 семьи  
Тойота – 3 семьи  
Феррари – 3 семьи*

*Фольксваген – 3 семы*  
*Форд Фокус – 3 семы*  
*Хаммер – 3 семы*  
*Хонда – 3 семы*  
*Черри – 3 семы*  
*Шевроле – 3 семы*

Наименее известны рядовым носителям языка, имеют наименьший семантический объем ( 1-2 семы) следующие единицы:

*Внедорожник – 2 семы*  
*Геленваген – 2 семы*  
*Датсун – 2 семы*  
*Дэу – 2 семы*  
*Двойка – 2 семы*  
*Кадиллак – 2 семы*  
*Киа – 2 семы*  
*Лада Калина – 2 семы*  
*Пежо – 2 семы*  
*Роллс Ройс – 2 семы*  
*УАЗ – 2 семы*  
*Багги – 1 сема*  
*Лада – 1 сема*  
*Москвич – 1 сема*  
*Нива – 1 сема*  
*Богдан – 1 сема*  
*Победа – 1 сема*  
*Рено Логан – 1 сема*  
*Тройка – 1 сема*  
*Фиат – 1 сема*  
*Чайка – 1 сема*

Неактуальны для языкового сознания, имеют нулевую семантическую наполненность для языкового сознания такие наименования, как:

Додж  
Исузу  
Лада Приора  
Ламборгини  
Луаз  
Ниссан  
Одннадцатая

Опель Астра  
Пятерка  
Рено Дастер  
Сан-Йонг  
Семерка  
Соболь  
Таврия  
УАЗ Патриот  
Форд Фиеста  
Ховер  
Четверка  
Шестерка

Рейтинг актуальности (яркости) семантических компонентов семантики наименований автомобилей для языкового сознания по результатам эксперимента таков (из 210 респондентов):

1. Престижный – 185
2. Дорогой – 183
3. Роскошный – 180
4. Качественный – 177
5. Надежный – 175
6. Непрестижный – 175
7. Дешевый – 174
8. Мощный – 171
9. Владелец богатый – 166
10. Для бизнесменов – 165
11. Брутальный – 165
12. Владелец небогатый – 165
13. Вызывает уважение – 165
14. Некачественный – 164
15. Бюджетный – 164
16. Ретро – 164
17. Для многодетной семьи – 163
18. Для женщин – 162
19. Большой – 160
20. Красивый – 158
21. Для молодежи – 157
22. Модный – 156
23. Вызывает насмешку – 156
24. Маленький – 156
25. Плохой – 155
26. Элегантный – 155

27. Представительский – 155
28. Дорогой в эксплуатации – 155
29. Ездить на дачу – 155
30. Быстроходный, скоростной – 154
31. Комфортабельный – 151
32. Навороченный – 151
33. Для банкиров – 151
34. Дешевый в эксплуатации – 150
35. Ненадежный – 149
36. Ездить на работу – 147
37. Медленно едет – 146
38. Ездить на отдых – 146
39. Для пожилых водителей – 145
40. Примитивный – 141
41. Легко парковать – 140
42. Трудно парковать – 140
43. Слабомощный – 139
44. Удобно ездить – 138
45. Некомфортабельный – 138
46. Уродливый – 137
47. Аскетичный – 118
48. Неудобный – 118
49. Статусный – 99

Таким образом, самые яркие для испытуемых семантические компоненты наименований автомобилей, наиболее актуальные и освоенные языковым сознанием:

*престижный, дешевый, непрестижный, статусный, качественный, надежный, мощный, дорогостоящий, роскошный, для бизнесменов, владелец богатый.*

Менее яркими компонентами оказались следующие: *аскетичный, модный, автомобиль для женщин (около 30 % отказов), брутальный.*

Гендерные различия семантики наблюдаются в следующем. У респондентов мужского пола представлены в сознании как более актуальные такие наименования автомобилей, как *Лексус, Лэндовер, Мазда, Мерседес, Альфа Ромео*; у лиц женского пола – *Матиз, Опель, Сааб, Инфинити*.

Наиболее яркими в сознании носителей языка (по совокупному индексу яркости значения - СИЯ) оказались:

Мерседес – СИЯ 308, БМВ – СИЯ 233, Иномарка – СИЯ 129, Вольво – СИЯ 128, Запорожец – СИЯ 117, Ауди – СИЯ 108, Жигули – СИЯ 105.

Эти наименования делятся на две группы – наиболее известные иностранные престижные и дорогостоящие машины – *Мерседес*, *БМВ*, *Вольво*, *Ауди* и примыкающая к ним номинация «иномарка», абсолютно доминирует в этом ряду *Мерседес* как эталон автомобиля, и отечественные – *Запорожец* и *Жигули* как наиболее распространенные и известные респондентам по своим качествам.

Минимальная яркость значений – у наименований машин с нулевыми дифференциальными семами. Из отечественных машин в этот разряд попадают Лада Приора, Луаз, Однинадцатая, Пятерка, Семерка, Соболь, Таврия, УАЗ Патриот, Четверка, Шестерка, из иностранных – Додж, Исузу, Ламборгини, Ниссан, Рено Дастер, Форд Фиеста, Ховер. Эти машины, очевидно, наименее известны респондентам. Несколько удивляет попадание в этот список автомобиля Ниссан.

Любопытно, что наиболее яркие значения демонстрируют тенденцию к небольшому числу дифференциальных сем (но при этом ярких), в то время как многосемные значения преимущественно не обладают высоким совокупным индексом яркости, либо в них есть одна яркая сема типа *престижный*, *дорогостоящий*, *статусный*, в то время как остальные семы имеют низкий индекс яркости в структуре значения.

Выявляются антонимичные семы в одном и том же значении:

Вольво: *трудно парковаться* 23, *удобно парковаться* 6

Волга: *ездить на дачу* 7, *непрестижная* 2 – *представительская* 3, *престижная* 1

Альфа Ромео: *трудно парковать 3 – легко парковать 1; статусный 2, непрестижный 1*

Восьмерка: *непрестижная 45 – роскошная 2*

Лада Гранта: *непрестижная 2 – престижная 1, роскошная 2, элегантная 2*

Лексус: *представительская 3, престижная 1, роскошная 2 – непрестижная 2, аскетичная 2.*

Антонимичные семы выделяются в основном в многосеменных значениях, когда есть периферийные семантические признаки, отражающие индивидуальные особенности восприятия машины испытуемыми.

Наличие антонимичных сем в семантике лексической единицы – характерная черта психолингвистического значения слова .

Таким образом, наиболее релевантные и актуальные для респондентов семантические компоненты наименований автомобилей: *престижный, дорогой, роскошный, качественный, надежный, непрестижный, дешевый, мощный.*

Наименее релевантными оказались *аскетичный, неудобный, статусный.*

Можно также выделить наиболее семантические «освоенные» языковым сознанием единицы – представленные наибольшим количеством дифференциальных сем: *Альфа Ромео, Волга, БМВ, Ауди, Лада Гранта, Ягуар, Вольво, Инфинити, Жигули.* Весьма неожиданным оказалось наличие среди этих единиц наименования *Альфа Ромео* – 26 сем (намного превосходит ближайшего «конкурента» – Волгу (14 сем). Возможно, это объясняется столичным регионом, где был проведен опрос, в котором эта марка машин обладает определенным распространением и

«мифологической» составляющей. То же можно предположить и в отношении в целом достаточно редких марок *Ягуар* и *Инфинити*.

*Гендерные различия* семантики исследуемых единиц наблюдаются в следующем. У респондентов мужского пола наиболее семантически наполнены наименования таких марок, как *Лексус*, *Лэндровер*, *Мазда*, *Мерседес*, *Альфа Ромео*; у лиц женского пола – *Матиз*, *Опель*, *Сааб*, *Инфинити*.

*Возрастные различия* семантики наблюдаются в следующем.

Среди 18–35-летних большим семенным набором представлены марки дорогих и престижных зарубежных автомобилей типа *Инфинити*, *Лексус*, *Мазда*, *Майбах* и т.д. В более старших возрастных группах шире представлена семантика отечественных и бюджетных автомобилей.

Существенных различий между «водителями» и «пассажирами» практически не выявлено. В равной степени неизвестны водителям и пассажирам особенности таких марок как *Луаз*, *Богдан*, *Соболь*; *Таврия*, *Додж*, *Исузу*, *Ламборгини*, *Ховер*.