Юлия Грибер

Новые цветообозначения в русском молодежном сленге[1]

Предметом исследования являются термины гламурный, няшный, кислотный[2], использование которых молодежью в качестве цветообозначений установлено в ходе предшествующего он-лайн эксперимента с носителями русского языка (Грибер, Милонас 2015). Метод исследования – психолингвистический эксперимент, инструментарий которого позволил сопоставить новые цветовые термины с цветовыми шкалами CIELAB и Манселла. В исследовании приняли участие 125 носителей русского языка в возрасте от 19 до 22 лет. На первом этапе испытуемых просили объяснить значение новых цветообозначений, на втором – соотнести каждое из трех понятий с цветовыми образцами Color-Aid. На основе полученных данных определены хроматические характеристики новых цветообозначений.

Ключевые слова: цветообозначение, цветонаименование, термин цвета, русский язык, молодежный сленг, психолингвистический эксперимент

Введение. Цветонаименования русского языка представляют собой живую систему, которая развивается под заметным влиянием этнокультурных и социально-исторических факторов, делая необходимым ее регулярное эмпирическое изучение с использованием цветовых таблиц и фиксированных цветовых образцов (см., напр.: Василевич, Кузнецова, Мищенко 2005; Фрумкина 1984; 2008; Corbett, Morgan 1988; Davies, Corbett 1994b).

Применение компьютерных программ в мониторинге современного состояния системы цветообозначений позволило расширить возможности изучения границ цветовых категорий, их семантической структуры и сопоставительных исследований различных языковых подсистем. В частности, картография цветонаименований русского языка с помощью инструментария он-лайн эксперимента (Грибер, Милонас 2015) выявила заметное изменение списка цветообозначений в языке молодежи за счет включения, наряду с традиционными терминами цвета, неожиданных и

---

[1] *Публикация подготовлена в рамках поддержанного РФФИ научного проекта № 17-29-09145.*

[2] В соответствии с лингвистической традицией, понятия, ментальные категории и субкатегории обозначены в тексте курсивом.

необычных понятий гламурный, няшный и кислотный, которые современная молодежь достаточно активно использует как самостоятельные имена цвета.

Проверка значений понятий гламурный, кислотный и няшный в словарях молодежной лексики (Грачев 2006; Захарова, Шуваева 2014; Левикова 2003; Никитина 2003; 2009) показывает, что для двух из этих трех понятий не отмечена возможность указывать на цвет. Няшный определяется как милый, очаровательный (см., напр.: Захарова, Шуваева 2014: 82); гламурный – как яркий, модный, привлекательный (см., напр.: Захарова, Шуваева 2014: 48). В приводимом значении понятия кислотный связь с цветом хотя и присутствует (кислотный определяется как имеющий яркие краски (см., напр.: Никитина 2003: 252)), однако основные свойства цвета (цветовой тон, насыщенность, светлота) остаются при этом неясными.

Продолжая традицию психолингвистического описания системы цветонаименований русского языка (Василевич, Кузнецова, Мищенко 2005; Вежбицкая 1996; Фрумкина 1984; 2008; Rakhilina, Paramei 2011; Uusküla 2016), мы решили сделать предметом нашего исследования хроматические характеристики понятий гламурный, няшный, кислотный в русском молодежном сленге. Целью работы стало экспериментальное определение сигнификативной и денотативной структуры новых цветонаименований и графический анализ полученных данных с использованием матриц сходства и структурных схем.

Участники. В исследовании приняли участие 125 молодых носителей русского языка (27 мужчин и 98 женщин) в возрасте от 19 до 22 лет (средний возраст 20,5 лет).

Процедура проведения эксперимента. Процедура эксперимента включала два этапа. На первом этапе участникам предлагалось объяснить значение новых цветообозначений. На втором этапе использовалась методика психолингвистического классификационного эксперимента. Участники должны были сопоставить новые цветовые термины с цветовыми шкалами CIELAB и Мансселла. В эксперименте использовался полный набор цветовых образцов Color-Aid, включающий 314 оттенков (2» × 3») (The new color-aid booklet 2006). Каждый участник мог выбрать любое количество оттенков, к которым, по его мнению, подходили названия няшный, гламурный и кислотный.

Фиксация результатов и обработка данных. Исследование проводилось в помещении со включенными лампами дневного света. Предлагаемые участниками объяснения значений новых имен (наивные толкования) записывались на диктофон. Образцы, которые предъявлялись участникам, были разложены на однотонной поверхности серого цвета по группам оттенков. Поскольку использовался несокращенный каталог цветов, включавший дополнительные наборы пастельных и светлых оттенков, общая площадь всех карточек составила почти 1,5 квадратных метра. Условные обозначения отобранных для каждого из понятий карточек заносились в таблицы.

Результаты. Полученные результаты анализировались с применением компьютерных программ и описательной статистики.

Наивные толкования. При объяснении значений наибольшее число толкований (77) было предложено для объяснения смысла цветонаименования гламурный (табл. 1). Меньше всего значений (53) оказалось у термина няшный. У понятия кислотный зафиксировано 60 значений. В среднем каждый участник называл 2–3 значения. Максимально длинные объяснения были предложены мужчинами и включили 8 различных значений.

Табл. 1. Наивные толкования

	Гламурный	**Няшный**	**Кислотный**
Общее число значений	77	53	60
Среднее количество значений у одного участника	3,7 (min 1 – max 8)	2,7 (min 1 – max 8)	2,6 (min 1 – max 6)

Для дальнейшего анализа наивных толкований использовались индекс когнитивной значимости (Sutrop 2001: 263–276) и матрицы сходства (Фрумкина 1984: 32–37).

Индекс когнитивной значимости. Индекс когнитивной значимости позволил ранжировать названные участниками смыслы каждого из понятий. Формулу для расчета этого показателя предложил У. Сутроп (Sutrop 2001), объединив в ней сразу несколько более традиционных для психолингвистического анализа индикаторов (см., напр.: Davies, Corbett 1994a; 1994b; Davies, Corbett, Margalef 1995; Hippisley 2001):

$$CSI(i) = n_i / N / mr_i,$$

где *i* обозначает определенное значение;

n_i – количество участников эксперимента, которые назвали значение i;

N – общее число участников;

mr_i – средний ранг значения у n_i участников.

Индекс когнитивной значимости удобен тем, что позволяет соединить и проанализировать вместе сразу два источника информации (Uusküla 2016):

относительное число участников, которые указали данное значение, (n_i / N);

место, на которое они поставили это значение в своем списке (ранг значения).

Индекс был рассчитан для каждого из значений. После этого значения были расположены в порядке убывания и представлены на графике (рис. 1).

Во всех трех случаях для объяснения новых имен цвета назывались общепринятые и всем хорошо известные указания на тон: розовый для терминов няшный и гламурный; фиолетовый – для термина гламурный; зеленый, салатовый, желтый, оранжевый, желто-зеленый – для понятия кислотный. Цвета определялись также в соответствии с их насыщенностью и яркостью (яркий, светлый – для понятий гламурный и кислотный, пастельный – для термина няшный). Однако гораздо более часто, стараясь раскрыть содержание новых цветообозначений, участники приводили их эмоциональные (нежный), эстетические (красивый) и даже социальные характеристики (пафосный, вызывающий). Некоторые указывали также типичные объекты, которые, по их мнению, обладали данным цветом (для няшного – свинка, единорог, рубашка; для гламурного – стразы, блондинка, вечеринка, поп-индустрия, глянец, обложка, блеск, золотой блеск, блок; для кислотного – маркер). Хотя такие случаи носили, скорее, единичный характер, а предлагаемые в качестве типичных объекты выбирались крайне субъективно.

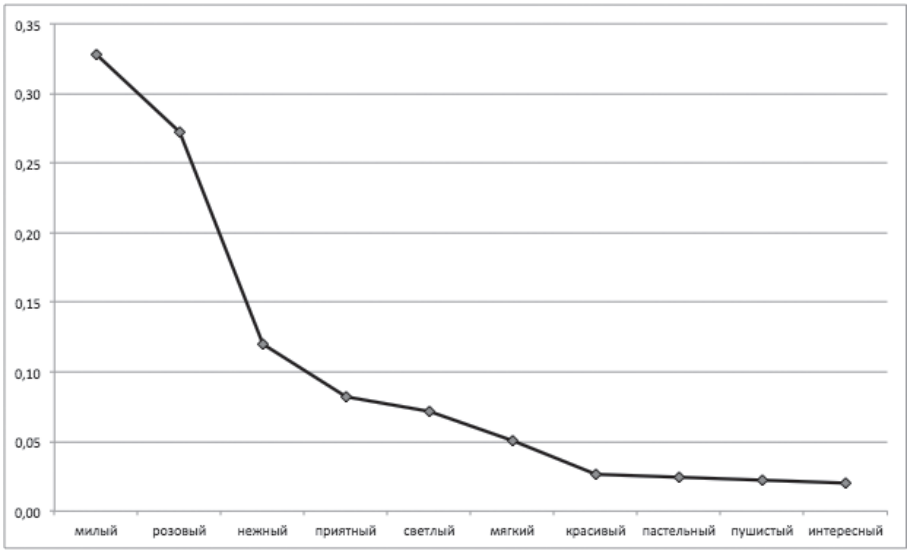

Рис. 1 (а). Няшный.

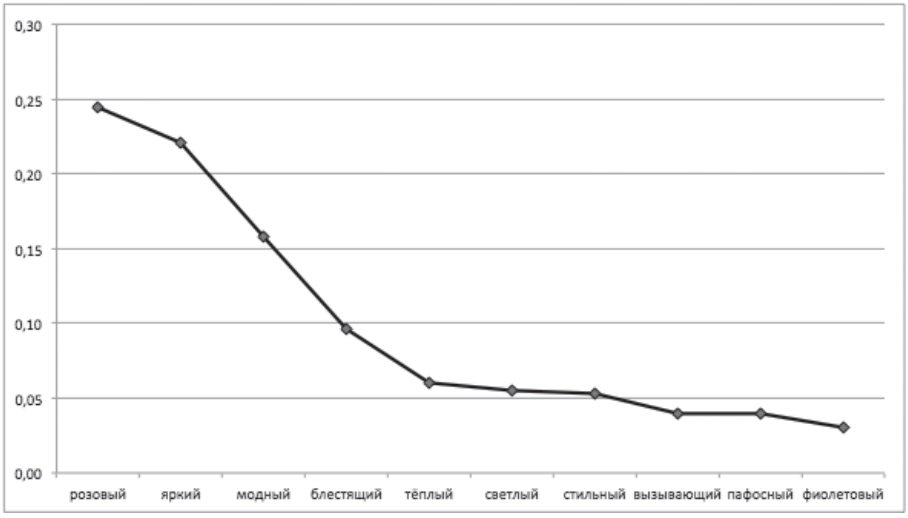

Рис. 1 (б). Гламурный.

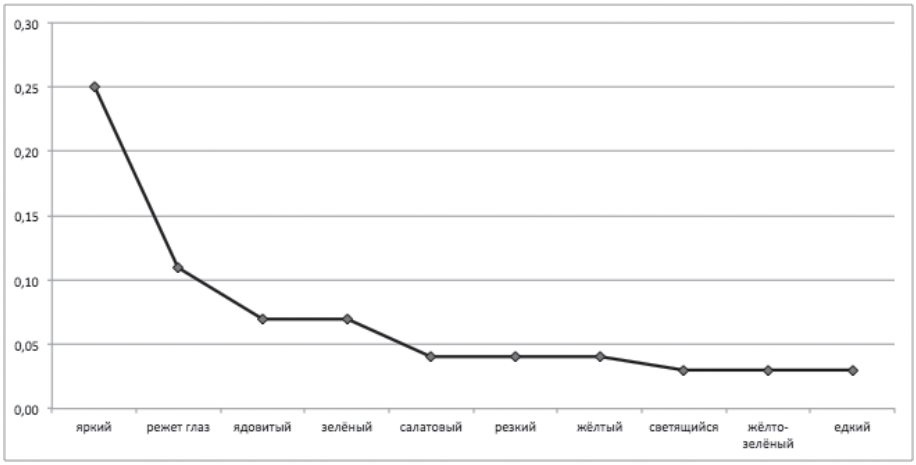

Рис. 1 (в). Кислотный.

Рис. 1. Графики распределения индекса когнитивной значимости (CSI) для наиболее выделенных значений понятий (значения расположены в порядке убывания значимости).

Матрица сходства. Для объединения результатов использовалась также матрица сходства, которая показала, какие значения чаще других назывались вместе.

Матрица строилась отдельно для каждого понятия. В строках и столбцах таблицы помещались все названные участниками варианты значений. Соответственно (табл. 2а), матрица понятия гламурный включала 77 строк и столько же столбцов. В клетки заносились числа, указывающие, сколько

участников эксперимента назвали соответствующие значения вместе. Например, в клетке на пересечении строки яркий и столбца розовый стоит 24 (то же число стоит на пересечении строки розовый и столбца яркий, поскольку матрица симметрична). Это значит, что 24 участника эксперимента, характеризуя содержание понятия гламурный, назвали оба этих значения.

Чтобы сделать таблицу более наглядной, мы установили пороговое значение для определения слабых связей. Слабыми считались все связи, которые встретились только у одного или двух участников. Поскольку эти значения, скорее всего, носили случайный характер, в таблицу они не заносились, и соответствующие им клетки оставались пустыми. Кроме того, чтобы «уплотнить» матрицу, мы исключили из нее все строки и столбцы, в которых не было ни одного значения больше 2. Таким образом, количество строк в матрице понятия гламурный сократилось до 13, и в таком виде она давала достаточно четкое представление о том, какие пары значений образовывались чаще, а какие реже.

Повтор определенного значения вместе с некоторым другим (другими) интерпретировался как суждение о сходстве между смыслами данных слов в каком-то определенном отношении, которое как раз и являлось исключительно важным для прояснения смысла объясняемого понятия.

После соответствующего «сжатия» в матрице сходства, составленной для термина няшный, осталось 11 связанных друг с другом значений, в матрице понятия кислотный – 9 (табл. 2б, в).

Структура значений. Следующий шаг состоял в анализе структуры значений каждого из понятий и в определении направлений выявленных между значениями связей. Для этого матрицы сходства, которые содержали абсолютные величины силы связей, были преобразованы в матрицы рангов связей, учитывающие относительную силу связи. Связи с максимальным абсолютным значением присваивался ранг 1, следующим по силе – ранги 2 и 3 соответственно. Все остальные связи исключались. Если абсолютные значения нескольких связей совпадали, им присваивался одинаковый ранг.

Матрицы рангов связей нужны были для того, чтобы провести графический анализ структуры значений. Мы ограничили число изображаемых связей тремя самыми сильными и использовали предложенную Р.М. Фрумкиной (Фрумкина 1984; 2008) систему условных обозначений.

Направления связей изображались с помощью стрелок. Стрелка с одним острием обозначала асимметричную связь. Например, в структуре значений понятия гламурный (табл. 3) асимметричной будет связь между значениями темный и розовый, поскольку розовый входит в число трех наиболее сильных связей для значения темный, а темный для значения розовый – нет. В графическом представлении этому будет соответствовать стрелка, направленная от темного к розовому:

темный ⟶ *розовый.*

Табл. 2 (а). Матрица сходства значений понятия гламурный.

Гламурный	яркий	розовый	светлый	теплый	темный	холодный	приятный	неприятный	блестящий	модный	кричащий	красный	броский
яркий		24	16	16	7	7	6	8	10	6	3	3	3
розовый	24		16	12	5	8	4	5	6	6			3
светлый	16	16		12		4	5	3	3	8			
теплый	16	12	12		4		4	5	3	6			
темный	7	5		4		3		5					
холодный	7	8	4		3				3				
приятный	6	4	5	4									
неприятный	8	5	3	5	5								
блестящий	10	6	3	3		3							
модный	6	6	8	6									
кричащий	3												
красный	3												
броский	3	3											

Табл. 2 (б). Матрица сходства значений понятия няшный.

Няшный	розовый	милый	нежный	светлый	приятный	пушистый	мягкий	фиолетовый	добрый	пастельный	теплый	голубой
розовый			9	6	3			3				
милый			7	4	4	3	4		3			
нежный	9	7		3	4					3		
светлый	6	4	3		4						3	3
приятный	3	4	4	4							3	
пушистый		3					3					
мягкий		4				3						
фиолетовый	3											
добрый		3										
пастельный			3									
теплый				3	3							
голубой				3								

Табл. 2 (в). Матрица сходства значений понятия кислотный.

Кислотный	яркий	зелёный	режет глаз	салатовый	ядовитый	светящийся	жёлтый	оранжевый	резкий
яркий		11	8	7	4	4	3	3	3
зеленый	11						4		
режет глаз	8								
салатовый	7						3		
ядовитый	4								
светящийся	4								
желтый	3	4		3					
оранжевый	3								
резкий	3								

Табл. 3. Матрица рангов связей понятия гламурный.

Гламурный	яркий	розовый	светлый	теплый	темный	холодный	приятный	неприятный	блестящий	модный	кричащий	красный	броский
яркий		1	2	2					3				
розовый	1		2	3									
светлый	1	1		2						3			
теплый	1	2	2							3			
темный	1	2		3				2					
холодный	2	1	3						3				
приятный	1	3	2	3									
неприятный	1	2	3	2	2								
блестящий	1	2	3	3		3							
модный	2	2	1	2									
кричащий	1												
красный	1												
броский	1	1											

Если из матрицы рангов следовало, что отношения сходства между парой значений были симметричны, то связь между ними изображалась двойной стрелкой:

темный ⟷ *неприятный*

Группы связанных между собой значений заключались в рамку. Рамка показывала, что все наиболее сильные связи значений внутри приходятся друг на друга и, таким образом, позволяла убрать многочисленные стрелки и сделать изображение более наглядным. Смысловое ядро структуры и его центр на схемах выделялись серым и желтым цветом соответственно.

Наиболее простой оказалась структура термина кислотный (рис. 2а). Центральную группу образуют в нем четыре значения: желтый, зеленый, салатовый и яркий. Все остальные значения (резкий, ядовитый, светящийся, режет глаз, оранжевый) уточняют смысл понятия яркий, поскольку связаны с ним асимметричной связью.

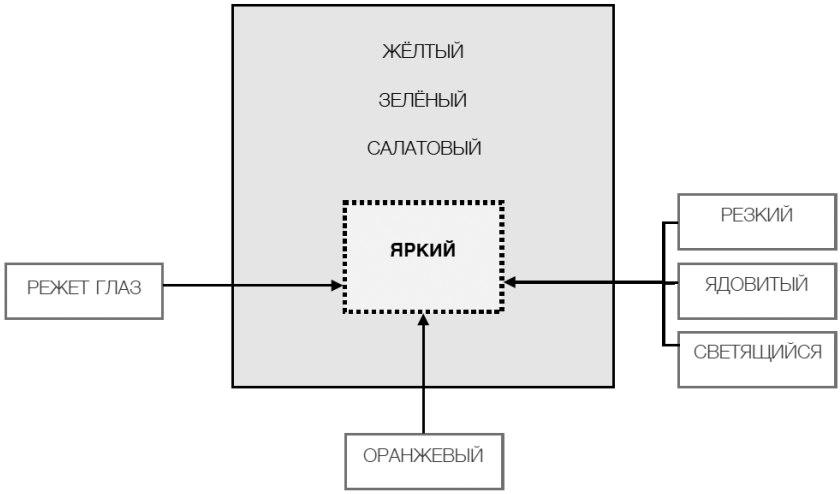

Рис. 2 (а). Структура значений понятия кислотный.

Более сложная структура выявлена у цветообозначения гламурный (рис. 2б). Однако в ней тоже достаточно четко выделяется смысловой центр, образованный понятиями яркий и розовый, и ядром, включающим понятия светлый и теплый. Все остальные значения связаны либо со всей центральной группой в целом (модный, блестящий, приятный, неприятный), либо с отдельными ее понятиями (холодный, броский, красный, кричащий, темный) асимметричными отношениями и уточняют их смысл.

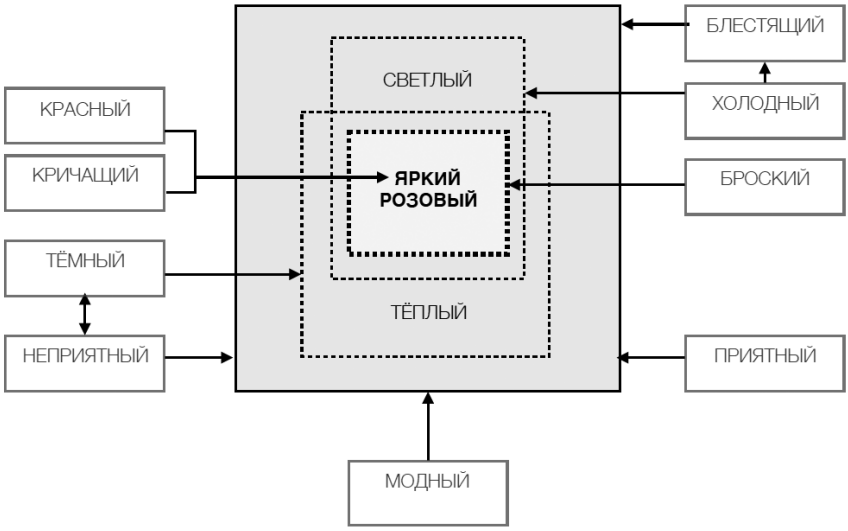

Рис. 2 (б). Структура значений понятия гламурный.

Структура понятия няшный оказалась наиболее размытой. В ней были выделены две центральные группы (рис. 2в). Одна группа образована понятиями милый, мягкий, пушистый. Другая – значениями светлый, приятный, нежный, розовый.

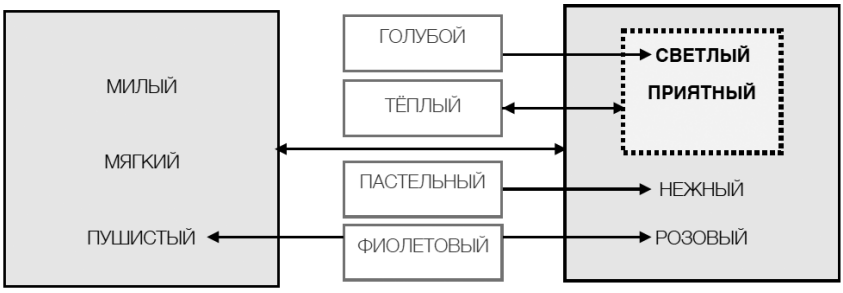

Рис. 2 (в). Структура значений понятия няшный.

В целом схемы достаточно наглядно показали структуру каждого из трех понятий. Каждая из составленных структурных схем содержала достаточно интересную информацию об отношениях между смыслами, основанную на тех представлениях о «сходствах», которыми располагает «наивный» носитель молодежного сленга. Единственным недостатком графического представления можно считать полное отсутствие информации о слабых

связях, а также невозможность понять из рисунка, какая из представленных связей является более сильной.

Сопоставление с цветовыми образцами. Наиболее наглядные и яркие результаты мы получили на втором этапе исследования, где участникам предлагалось сопоставить понятия с цветовыми образцами.

Для каждого из понятий в среднем участники выбирали от 3 до 5 цветовых образцов (табл. 4). Самые большие группы денотативных значений, как и в случае с наивными толкованиями, были составлены респондентами мужского пола: 22 карточки для понятия гламурный, 30 – для термина няшный и 35 – для цветообозначения кислотный. Только один образец для денотативного определения понятий во всех зафиксированных случаях выбирали женщины.

Табл. 4. Сопоставление с цветовыми образцами.

	Гламурный	**Няшный**	**Кислотный**
Общее число значений	173	220	141
Среднее количество значений у одного участника	4,3 (min 1– max 22)	5,3 (min 1– max 30)	3,5 (min 1– max 35)
Кол-во колонок со значением > 0	73	83	68
Кол-во колонок со значением > 1	35	47	17
Количество повторяющихся выборов	135	176	90
Средняя плотность значений в колонках с повторяющимися выборами	3,9	3,7	5,3

Наибольшая денотативная неопределенность была зафиксирована для понятия няшный (рис. 3а). Всего для объяснения значения этого цветообозначения участники отобрали 83 цветовых образца. После исключений единичных случаев в списке осталось 47 цветов, причем большинство из них были оттенками, многие – светлыми: 34 образца из группы насыщенных цветов (*Hue & Tint*); все 12 оттенков группы светлых цветов (*Light Tint*) и один – из группы светлых пастельных цветов (*Light Pastel*).

Достаточно широким оказалось и содержание понятия гламурный (рис. 3б): 35 денотативных значений в основном сформированных интенсивными и чистыми оттенками групп *Hue & Tint* (22 оттенка, из которых 9 насыщенных) и *Extra Hue* (все 10 оттенков группы).

	Rw-T1		Rw-T3	Rw-T4	
O-HUE	O-T2			BG-T4	BG-LP
C-HUE	C-T1	C-T2	C-T3	C-T4	
V-HUE	V-T1	V-T2	V-T3	V-T4	V-T5
	RV-T1	RV-T2	RV-T3	RV-T4	
M-HUE	M-T1		M-T3	M-T4	
Rc-HUE	Rc-T1	Rc-T2	Rc-T3	Rc-T4	
	R-T1	R-T2	R-T3	R-T4	
RO-LT	O-LT	YO-LT	Y-LT	YG-LT	G-LT
BG-LT	C-LT	B-LT	V-LT	RV-LT	R-LT

Рис. 3 (а). Денотативные значения понятия няшный.

RO-EX	Rw-HUE				
YO-EX					YO-LT
Y-EX	Yw-HUE				
Yc-EX	Y-HUE				
Gw-EX	Gc-HUE				
G-EX	V-HUE			V-T3	
BG-EX	RV-HUE	RV-T1	RV-T2		
B-EX	M-HUE	M-T1		M-T3	M-T4
Rc-EX	Rc-HUE	Rc-T1	Rc-T2	Rc-T3	Rc-T4
R-EX	R-HUE	R-T1	R-T2		R-T4
M-S1					
BLACK(1)					

Рис. 3 (б). Денотативные значения понятия гламурный.

Наиболее денотативно определенным оказалось цветонаименование кислотный (рис. 3в): 17 преимущественно чистых тонов оранжево-желто-зеленой хроматической части спектра.

	O-HUE		
YO-EX	YO-HUE		
	Y-HUE	Y-S1	Y-P1-1
Yc-EX	Yc-HUE	Yc-T1	
	YGw-HUE	YGw-T1	YGw-T2
	YG-HUE		
	YGc-HUE		
	M-HUE		
R-EX	Rc-HUE		

Рис. 3 (в). Денотативные значения понятия кислотный.

Выводы. В целом комбинированная исследовательская стратегия дала нам возможность раскрыть сразу два аспекта значения. Из наивных толкований мы получили сведения о сигнификативном значении новых имен и сделали выводы об их соотношении с другими цветонаименованиями. Сопоставление с цветовыми образцами позволило описать денотативное значение понятий.

Составленные схемы наглядно показали, какая именно из характеристик цвета играет ключевую роль в отнесении его к каждой из новых категорий. Для понятия няшный – это близость оттенка к белому; для понятия гламурный – интенсивность и чистота цвета. Только для одного из трех новых цветовых терминов, для понятия кислотный, решающей оказалась хроматическая идентификация – принадлежность к строго определенной, оранжево-желто-зеленой части спектра, которая зафиксирована как в сигнификативном, так и в денотативном значении понятия. Эта особенность еще лучше видна в сокращенной таблице денотативных значений (рис. 4), которая получилась после повышения порога совместной встречаемости до 15%.

Няшный	Гламурный	Кислотный
Rc-T1	M-HUE	Yc-HUE
Rc-T2	Rc-EX	YGw-HUE
Rc-T3	Rc-HUE	YG-HUE
Rc-T4	R-EX	
M-T4	R-HUE	
RO-LT	Rc-T1	
	Rc-T3	

Рис. 4. Итоговые денотативные значения цветообозначений (сокращенный список с пороговым значением > 15%).

Несмотря на то, что по результатам анализа, проведенного с использованием индексов и описательной статистики, три изученных термина различаются степенью сформированности цветовой семантики (наиболее выражена цветовая семантика у понятия кислотный; менее всего – у термина няшный), все три понятия можно считать социальными вариантами цветонаименований и рекомендовать дополнить выявленными значениями словари молодежной лексикиг.

Литература

Василевич, А.П., Кузнецова, С.Н., Мищенко, С.С. (2005). *Цвет и названия цвета в русском языке.* Москва: КомКнига. 216 с.

Вежбицкая, А. (1996). *Обозначения цвета и универсалии зрительного восприятия. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание.* Москва: Русские словари. С. 231–291.

Грибер, Ю.А., Милонас, Д. (2015). Картография цвета: эмпирический анализ цветонаименований русского языка. *Человек и культура.* № 6. С. 64–94. Доступен на 09.02.2017: http://e-notabene.ru/ca/article_16636.html.

Грачев, М.А. (2006). *Словарь современного молодежного жаргона.* Москва: Эксмо. 672 с.

Захарова, Л.А., Шуваева, А.В. (2014). *Словарь молодёжного сленга* (на материале лексикона студентов Томского государственного университета). Томск: Издательский Дом Томского государственного университета. 126 с.

Левикова, С.И. (2003). *Большой словарь молодежного сленга.* Москва: ФАИР-ПРЕСС. 928 с.

Никитина, Т.Г. (2003). *Толковый словарь молодежного сленга.* Слова, непонятные взрослым. Около 2000 слов. Москва: ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ». 736 с.

Никитина, Т.Г. (2009). *Молодежный сленг: толковый словарь.* 2-е изд. Москва: АСТ. 1104 с.

Никитина, Т.Г. (2012). *Современный молодежный лексикон в лингво- культурологическом и лексикографическом аспектах.* Псков: Псковский государственный университет. 328 с.

Он-лайн эксперимент по цветоназыванию. Доступен на 09.02.2017: colornamer.com.

Фрумкина, Р.М. (2008). *Психолингвистика.* Москва: Academia. 320 с.

Фрумкина, Р.М. (1984). *Цвет. Смысл. Сходство. Аспекты психолингвистического анализа.* Москва: Наука. 174 с.

Corbett, G., Morgan, G. (1988). Colour Terms in Russian: Reflection on Typological Constraints in a Single Language. *Journal of Linguistics.* Vol. 24. Pp. 31–64.

Davies, I.R.L., Corbett, G.C. (1994a). A Statistical Approach to Determining Basic Color Terms: An Account of Xhosa. *Journal of Linguistic Anthropology*. Vol. 4. No. 2. Pp. 175–193.

Davies, I.R.L., Corbett, G.C. (1994b). The Basic Color Terms of Russian. *Linguistics*. Vol. 32. No. 1. Pp. 65–89.

Davies, I.R.L., Corbett, G.C., Margalef, J.B. (1995). Colour Terms in Catalan: An Investigation of Eighty Informants, Concentrating on the Purple and Blue Regions. *Transactions of the Philological Society*. Vol. 93. No. 1. Pp. 17–49.

Hippisley, A.R. (2001). Basic blue in East Slavonic. *Linguistics*. Vol. 39. No. 1. Pp. 151–179.

MacLaury, R.E. (1992). From brightness to hue: An explanatory model of color-category evolution. *Current Anthropology*. No. 33. Pp. 137–186.

The new color-aid booklet (2006). New York: Color-aid corporation. 20 p.

Rakhilina, E.V., Paramei, G.V. (2011). Colour Terms. Evolution via Expansion of Taxonomic constraints. In: *New Directions in Colour Studies*. Biggam, C.P. et al. / ed. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. Pp. 121–131.

Saunders, B.A.C. (1992). Comment on MacLaury's "From brightness to hue: An explanatory model of color-category evolution". *Current Anthropology*. No. 33. Pp. 165–167.

Sutrop, U. (2001). List Task and a Cognitive Salience Index. *Field metods*. Vol. 13. No. 3. Pp. 263–276.

Uusküla, M. (2016). From Listing Data to Semantic Maps: Cross-Linguistic Commonalities in Cognitive Representation of Colour. *Folklore*. No. 64. Pp. 57–90.

Jauni krāsu apzīmējumi krievu jauniešu slengā

Raksta izpētes priekšmets ir termini *гламурный, няшный, кислотный,* ko jaunieši lieto savā valodā kā krāsu apzīmējumus. Pētnieciskā metode – psiholingvistisks eksperiments, kura instrumentārijs ļauj sastatīt jaunos krāsu apzīmējumus ar krāsu skalām CIELAB un *Mancella*. Tiešsaistes eksperimentā (Грибер, Милонас 2015) piedalījās 125 krievu valodas nesēji vecumā no 19 līdz 22 gadiem. Izpētes pirmajā posmā dalībniekiem bija lūgts izskaidrot jauno krāsu apzīmējumu nozīmi, otrajā – katrs no trīs apzīmējumiem bija jākorelē ar krāsu paraugiem *Color-Aid*. Balstoties uz iegūtajiem datiem, tika noteikti jauno krāsu apzīmējumu hromatiskie raksturojumi.

New Colour Terms in the Russian Youth Slang

The research focuses on the meaning of the words *glamurnyy, nyashnyy,* and *kislotnyy,* which are frequently used by young people as colour terms, according to the previous online experiment with native Russian speakers (Griber, Mylonas 2015). The method of investigation is a psycholinguistic experiment that allowed us to specify the new colour terms within the CIELAB and Munsell colour space. The study involved 125 native Russian speakers with an average age of 20.5 years, ranging from 19 to 22. At the first stage, the subjects were asked to explain the meaning of the new colour terms. On the second stage, the participants had to match each of the three concepts with one or more of the Colour-Aid samples. Based on the data obtained, we determined the chromatic characteristics of the new colour terms.