Л. Г. Бондарчук (Минск, Беларусь)

СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГЛАМУРНОГО ЖАРГОНА ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Лексические ресурсы любого языка, в том числе и французского, включают как кодифицированные слова, так и жаргонизмы, которые ранее находились на периферии лексической системы, а в последние десятилетия активно пополняют литературный язык. В статье анализируется гламурный субстандарт, с точки зрения идей, регулятивных установок, разделяемых представителями гламурной социальной категории, а также семантические особенности гламурной лексики.

Ключевые слова: субстандарт; жаргон; гламур; концепт; синтагматика; словообразовательный потенциал; номинативная плотность, градуальность.

Lexical resources of any language, including French, comprise both codified words and jargonisms which were previously on the periphery of the lexical system, and in recent decades have been actively replenishing the literary language. The article analyzes the glamorous substandard from the point of view of ideas, regulatory attitudes shared by representatives of the glamorous social category, as well as semantic features of glamorous vocabulary.

Key words: substandard; jargon; glamour; concept; syntagmatics; word-formation potential; nominative density, gradality.

Еще не все проблемы и тенденции современного языкознания получили терминологическое осмысление, что дает право на использование метафор, позволяющих наиболее выразительно представить ситуацию, которая заключается в следующем. Демократизация языка в цифровую эпоху «покачнула» диктат языковой нормы, каждый имеет «доступ» к слову, в результате субстраты получили «гражданство» в языке, в языковой реальности наблюдается «триумф субстандарта, торжество субстандарта над дистиллированным стандартом» [1, с. 128]. Благодаря современным программным и техническим возможностям в сети, которая стала основным каналом коммуникации, исчезли социальные страты; на одной виртуальной площадке, охватывающей огромные аудитории, анонимно общаются представители всех социальных групп с разными уровнями владения языком, вокабуляром, формируются гибридные языковые формы, активно вводятся и набирают частотность лексические единицы и структуры, «пришедшие» не только из узуса, но и из жаргоов, которые ранее не выходили за рамки определенных закрытых групп. В результате вышеуказанных социальных и коммуникативных изменений современное языкознание получило необычайно широкую эмпирическую базу, над которой ведутся исследования с целью описания и систематизации. В первую очередь речь идет о социолингвистике и лексикографии, результаты исследований которых находятся во взаимодействии. Важнейшим направлением современной социолингвистики является выявление духовно-нравственного состояния различных социальных групп посредством изучения лексики, объективирующей основные понятия, ценности, регулятивы, разделяемые представителями определенного социального страта. Лексикография фиксирует полученные данные, причем благодаря новым технологиям появилась возможность охватывать и анализировать огромные текстовые массивы, что позволило уже выпустить словари различных социальных групп, использующих язык от высокого, литературного до самого низкого (даже инвективного) регистра.

Отметим, что, невзирая на достаточно солидную хронологию изучения субстандартов, так и не удалось четко дифференцировать такие понятия, как «сленг», «арго», «жаргон». В этой связи в данной статье термин «субстандарт» используем как гиперонимический термин, а вышеназванные термины как гипонимические синонимы.

Считается, что наиболее активно в современных лингвокультурах в последнее время развиваются интернетный, молодежный, криминальный, наркоманский и гламурный жаргоны, которые представляют важный

источник для формирования современного языка и языкового сознания. В данном контексте установление идеологических, нравственных, этических установок наиболее популярных субстандартов, в частности гламурного, относим к актуальным направлениям социолингвистики с целью изучения продвигаемых идеалов и лингвистических способов их материализации в современных дискурсивных практиках, которые отражают настроения и устремления значительных социальных групп и которые активно влияют на нормативность и процессы нормирования в языкознании.

Гламурный субстандарт есть способ номинации и продвижения идеалов, ценностей, оценок, действующих, в первую очередь, в среде золотого миллиарда, а также среди тех, кто разделяет проповедуемые нравственные, духовные и эстетические эталоны жизни данного класса. На концептуальном уровне «гламур» – это глобализированный или универсальный концепт XXI века, т.е. эпохи потребления. Понятие «гламура» начало формироваться в 30-50 годы XX века, и вначале оно было связано с внешностью, одеждой, образом жизни голливудских актрис. В это же самое время начинает выходить женский журнал «*Glamour of Hollywood*» (сегодня «*Glamour*»), который издается на английском, итальянском, французском, русском, немецком, польском, румынском, греческом, голландском, венгерском языках, что позволяет охватывать огромную аудиторию, особенно в связи с переходом в цифровой формат. Если вначале целевой аудиторией были женщины, то сегодня концепция гламура охватывает оба гендера.

Ядро рассматриваемого концепта составляет понятие «гламур», вербализуемое в большинстве языков лексемой *glamour* английского происхождения, которая во французском языке имеет достаточно сложную семантику. Словарь «*Larousse*» дает следующую дефиницию: «*Type de sex-appeal sophistiqué, caractéristique de certaines stars hollywoodiennes*» ‘Тип утонченной сексуальной привлекательности, характерный для некоторых голливудских звезд’ [2]. С нашей точки зрения, необходимо дополнительно прокомментировать смысл выражения *être sophistiqué*, которое имеет два значения: 1) «*Manifester un excès de distinction, de raffinement».* ‘Демонстрировать чрезмерную изысканность’; 2) «*Être d'une complication, d'une subtilité extrême».* ‘Быть чрезвычайно сложным, чрезвычайно тонким [3]. Для более полного понимания содержания рассматриваемого концепта и семантики ядерного слова его вербализующего, обратимся дополнительно к значению ассоциации, т.е. к дефиниции слова *sophisme* ‘софизм’: 1) «*Argument qui, partant de prémisses vraies, ou jugées telles, aboutit à une conclusion absurde et difficile à réfuter».* ‘Аргумент, исходящий из предпосылок, истинных или считаемых таковыми, который приводит к абсурдному выводу, который трудно опровергнуть’. 2) «*Raisonnement vicié à la base reposant sur un jeu de mots, un argument séduisant mais faux, destiné à induire l'interlocuteur en erreur*». ‘Изначально ошибочное рассуждение, основанное на игре слов, привлекательный, но ложный аргумент, призванный ввести собеседника в заблуждение’ [4]. Суммируя полученные результаты прове-

денного компонентного анализа, констатируем, что смысл ядерного понятия концепта «*glamour*» сформирован манипулятивно: красота, элегантность, изысканность есть итог сложной работы дорогостоящих специалистов высокого класса; данное значение, по нашему мнению, составляет семантический множитель значений лексических единиц, образующих номинативную плотность рассматриваемого концепта. Таким образом, продвигаемые гламурные качества совсем не связаны с природной красотой, скромностью, естественностью внешнего вида и поведения, это в первую очередь достижения определенных отраслей промышленности.

L'industrie cosmétique représente la commercialisation du glamour, des rêves et des illusions. ‘Косметическая индустрия представляет собой коммерциализацию гламура, мечтаний и иллюзий’.

Слово *glamour* сохраняет свои исконные (т.е. английские) морфологические характеристики: существительное *glamour* не имеет множественного числа, прилагательное *glamour* не изменяется в роде и числе.

Aussi loin que je me souviens , j’avais l’oeil sur les femmes glamour. Celles qui vivaient autour de moi étaient trop simples, j’ai eu envie d’embellir mon entourage. ‘Сколько себя помню, я положил глаз на гламурных женщин. Окружающие были слишком простыми, мне хотелось украсить свое окружение’.

Le chat persan complète ce portrait glamour, mais fait également ressortir des notions telles que la célébrité, la séduction ou le désir. ? ‘Персидская кошка дополняет этот гламурный портрет, но также подчеркивает такие понятия, как известность, соблазн или желание?’.

Синтагматика существительного и прилагательного *glamour* расширяется, что означает факт постепенного расширения круга объектов, качеств, продвигаемых внутри описываемой социальной категории: *une vie glamour* ‘гламурная жизнь’, *le buziness glamour* ‘гламурный бизнес’ *un endroit glamour* ‘гламурное место’, *les photos glamour* ‘гламурные фотографии’, *le travail glamour* ‘гламурная работа’, *la discussion glamour* ‘гламурная дискуссия’, *le caractère glamour* ‘гламурный характер’, *le divertissement glamour* ‘гламурное развлечение’, *le comportement glamour* ‘гламурное поведение’. Стать гламурными стремятся даже французские мясники, чтобы привлечь в профессию молодежь, которая мечтает о роскошной жизни, в которую трудовые будни мясников не вписываются.

Avec les bouchers stars, la viande et le métier deviennent glamour. ‘Со звездными мясниками мясо и профессия становятся гламурными’ [5].

Словообразовательный потенциал слова *glamour* достаточно скромный: аббревиатура *glam* ‘гламур’; прилагательные *glamoureux* ‘гламурный’, *glamourissime* ‘очень гламурный’, *hyperglamour* ‘гипергламурный’, *ultra-glamour* ‘ультрагламурный’; глагол *glamoriser* ‘делать гламурным’. Отдельно отмечаем лексику, обозначающую негативное отношение к данному феномену: *déglamouriser* ‘сделать менее гламурным’, *déglamourisation* ‘отказ от гламурных норм’.

Je voulais déglamouriser les traditionnelles photos de mode, où les femmes déambulent en talons aiguille en arborant des lèvres rouge vif (...). ‘Я хотел дегламуризировать традиционные модные фотографии, где женщины ходят на шпильках с ярко-красными губами’ [6].

Содержание концепта «*glamour*» объективируется также словами *beauté* ‘красота’, *élégance* ‘элегантность’, *féminité désirable* ‘желанная женственность’, *mode* ‘мода’, *séduction* ‘соблазнительность’, *sex-appeal sophistiqué* ‘утонченная, изысканная сексуальная привлекательность’, значение которых носит оценочный характер, связанный с семантическим множителем «количество денег, потраченных для достижения гламурных качеств».

В номинативную плотность рассматриваемого концепта входит большое количество оценочных прилагательных и причастий, при помощи которых дается положительная характеристика людей, объектов: *chic* ‘шикарный’, *divin* ‘божественный’, *raffiné* ‘утонченный’, *séduisant* ‘соблазнительный’, *charmant* ‘очаровательный’, *sensuelle*, ‘чувственный’, *tentant* ‘соблазнительный’ и многие другие. Интенсивность называемого качества размыта, поскольку 1) значение носит предельно субъективный характер и находится в постоянной динамике; 2) наречия интенсивности не указывают на градуальность качества, называемого гламурным прилагательным. Более того, предполагаем, что в роли оценочных прилагательных в гламурном дискурсе в настоящее время выступают названия брендов, которые очень хорошо указывают на степень интенсивности качества: чем больше их количество, тем выше градуальность качества. Так, предложение *Elle est très Chanel* ‘На ней много изделий марки *«Chanel»*’ очень информативно, с точки зрения гламурной оценки, поскольку указывает на большое количество вещей известного дорогого бренда.

В лексическом плане гламурный жаргон во французском языке отличается от распространенных, ранее закрытых арго (например, криминального), использующих низкий регистр языка; гламурный словарь составляют в основном нормированные лексические единицы; синтаксис гламурного дискурса достаточно сложный, построен по правилам, что объясняется высоким уровнем образования представителей данной социальной категории, демонстрирующих высшую планку финансовой обеспеченности. По данному аспекту гламурный субстандарт отличается от русскоязычного, в котором присутствуют вульгаризмы специфические сниженные ассоциации. Например, слово «телочка» напрямую указывает на связь с криминальным сленгом; лексема «балка» – это не строительный материал, так называют дорогих блондинок; аксессуар – это эскорт (мужчина или женщина для выхода) [7].

Согласно выделенным содержательным составляющим гламура можно утверждать, что успех в обществе, в жизни вообще связывается лишь с финансовыми возможностями, а не интеллектуальными или профессиональными усилиями, талантами личности. Индивидуальность человека исключается, если она не базируется на роскоши. При помощи таких установок появляется возможность навязывать любые предметы и оценки,

объявлять их прекрасными, успешными, а значит и дорого их продавать. Концепция гламура как регулятор идеологических, социальных, эстетических ориентиров не разделяется всем французским обществом; набирает популярность движение за «дегламуризацию» общества, критикуются «убогие», примитивные идеалы, основанные лишь на количестве денег.

N'importe quelle fille peut avoir l'air glamour, tout ce que vous avez à faire est de rester immobile et de prendre un air idiot. 'Любая девушка может выглядеть гламурно, стоит только стоять на месте и выглядеть глупо'.

Параллельно усилиями Французской Академии ведется работа за избавление от данного концепта в франкоязычной картине мира путем рекомендации употребления французских эквивалентов, менее отмеченных значением, связанным с финансовыми показателями. Так, говоря о человеке, вместо существительного «*glamour*» предлагают использовать существительные *charme* 'очарование', *élégance* 'элегантность', *grâce* 'изящество', *séduction* 'соблазнение', *splendeur* 'великолепие' в значении которых нет финансовой составляющей. При описании высокого материального достатка – *prestige 'престиж';* вместо прилагательного «*glamour*» – прилагательные *charmant* 'очаровательный', *éblouissant* 'ослепительный', *gracieux* 'изящный', *séduisant,* 'привлекательный'; о карьере – *éclatant* 'блестяший', *excitant* 'захватывающий'; о месте или спектакле – *chic* 'шикарный', *somptueux 'роскошный'* [8].

Каким образом предлагаемые языковые средства замены обсуждаемой лексической единицы могут считаться поддержкой на государственном уровне негативного отношении к уже изложенным ценностям и идеологическим установкам, достаточно крепко укоренившимся не только во французской лингвокультуре, пока сказать трудно.

СПИСОК ЦИТИРУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бруссенская Л. А., Куликова Э. Г. Экологическая лингвистика /Л. А. Бруссенская, Э. Г. Куликова. М.:ФЛИНТА: Наука, 2016. 184 с.
2. Dictionnaire de français Larousse. URL: https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/glamour/37075 (дата обращения: 21.10.2023).
3. Dictionnaire de français Larousse. URL: https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sophistiquer/73496 (дата обращения: 17.10.2023).
4. Dictionnaire de français Larousse. URL: https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/sophisme/73491#:~:text=1.,induire%20l'interlocuteur%20en%20erreur (дата обращения: 19.10.2023).
5. Avec les bouchers stars, la viande et le métier deviennent glamour URL: https://www.lepoint.fr/societe/avec-les-bouchers-stars-la-viande-et-le-metier-deviennent-glamour-20-10-2012-1519103_23.php#11 (дата обращения: 27.10.2023).
6. La langue française. URL: https://www.lalanguefrancaise.com/dictionnaire/definition/deglamouriser#0 (дата обращения: 08.10.2023).
7. Словарь гламурной телочки. URL: https://axeeffect-ru.livejournal.com/6044.html (дата обращения: 18.09.2023).
8. L'emprunt déconseillé glamour URL: https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/24068/les-emprunts-a-langlais/emprunts-integraux/lemprunt-deconseille-glamour (дата обращения: 19.09.2023).