

РОМАНСКОЕ И ГЕРМАНСКОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

С. Е. Борзенец

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ «GLAMOUR»
И ЕГО ОБЪЕКТИВАЦИЯ В АМЕРИКАНСКОМ ВАРИАНТЕ
АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Статья посвящена описанию семантической структуры сегмента концепта «glamour», ассоциированного со смыслом ‘привлекательность, связанная с наличием богатства, успеха, статуса’, в американской лингвокультуре. Установлено, что его структуру образуют концептуальные признаки ‘известность’, ‘отнесенность к прошлому’, ‘высокая степень проявления признака’, ‘принадлежность к женскому полу’, ‘ложное, поддельное’, ‘неинтеллектуальность’ и др. Анализ выявил как положительно-оценочные, так и отрицательно-оценочные коннотации у слов-репрезентантов исследуемого сегмента концепта, а также наличие у концепта значительной чувственно-образной составляющей.

Характерной чертой лингвокультурологических исследований на современном этапе является активное освоение достижений когнитивной лингвистики и концептуального анализа языка. «Язык – одно из средств доступа к сознанию человека», – постулируют воронежские исследователи З. Д. Попова и И. А. Стернин, – «через язык можно познать и эксплицировать концептуальное содержание сознания» [1, с. 7]. Изучение концептов, таким образом, дает основу для моделирования особенностей национального миропонимания, демонстрирует срез культуры в тот или иной отрезок времени.

Концепт, согласно емкому определению С. Г. Воркачева, это «вербализованный культурный смысл» [2, с. 11]. Исследователи указывают на такие характерные черты этой единицы мыслительной деятельности, как образность, субъективность, расплывчатость денотативного содержания, ценностность [3, с. 13]. Так, Т. Б. Радбиль говорит о концепте как о том, «что представляется мне при произнесении слова, даже порой и неосознанно для меня самого, и то, что имеет для меня значение, порою я и сам не знаю, какое» [4, с. 207].

Настоящая статья посвящена изучению концепта «glamour» ‘очарование¹’, а именно его сегмента, ассоциированного со смыслом ‘привлекательность, связанная с наличием богатства, успеха, статуса’. Цель данной работы состоит в определении содержания концепта на основе комплексного подхода.

Основой для исследования концепта «glamour» послужили словарные данные, данные корпуса СОСА [5] и материалы психолингвистического эксперимента.

¹ Перевод на русский язык ключевого слова, именуемого исследуемый концепт, является неточным вследствие проблемы лакуарности.

Первый аспект исследования предполагает лексико-семантический анализ словарных дефиниций слова *glamour* (*glamor*). Таким образом определяются семантические константы исследуемого концепта в английском языке.

Согласно этимологическим данным, приведенным в онлайн-словарях издательств Longman, Merriam-Webster и Oxford University Press, слово *glamour* впервые появилось в шотландском варианте английского языка в начале XVIII в. в значении 'магия, колдовство'. *Glamour* (существовавшее также в орфографии *glamer*) являло собой искаженный вариант слова *grammar*, которое восходит к латинскому *grammatica*. В средние века *grammar* означало 'ученость', а к этой сфере необразованное население относило, кроме прочих, и оккультные знания.

Этот этимологический смысл сохранился в современном значении слова *glamour* '(колдовские) чары' (1), которое, в свою очередь, развилось в более общее значение – 'очарование', 'привлекательность' (2). Далее семантическое развитие лексемы шло по пути сужения этого значения с последующим выделением в обособленный лексико-семантический вариант (3): 'привлекательность, связанная с наличием богатства, успеха, статуса'.

Факт выделенности этих значений подтверждается различием синонимических рядов:

- *charm* 'очарование', *magic* 'волшебство, магия', *sorcery* 'колдовство, чары', *spell* 'чары' (для ЛСВ (1));

- *allure* 'обаяние, прелесть', *appeal* 'притягательность', *attractiveness* 'привлекательность', *magnetism* 'магнетизм, привлекательность, обаяние' (для ЛСВ (2));

- *chic* 'шик', *elegance* 'элегантность, утонченность', *glitz* 'качество, предполагающее причастность к богатству, известности, моде', *luxury* 'богатство, роскошь', *prestige* 'престиж' (для ЛСВ (3)).

Проанализировав словарные дефиниции, с помощью метода компонентного анализа мы определили, что ядро концепта «*glamour*» включает в себя смыслы 'привлекательность' и 'не поддающийся объяснению'. В околоядерную область концепта входит смысл 'не поддающийся объяснению с точки зрения понятий материального мира'. К области периферии относится смысл 'сопряженность с богатством, успехом, статусом', который можно приравнять к смыслу 'объясняемый сопряженностью с богатством, успехом, статусом'. Это позволяет продемонстрировать его противопоставленность одному из ядерных смыслов концепта, что и предопределяет его периферическое положение.

Именно этот периферийный сегмент концепта «*glamour*», ассоциированный с лексико-семантическим вариантом 'привлекательность, связанная с наличием богатства, успеха, статуса', представляет наибольший интерес для исследователя как динамично развивающийся в наши дни.

Так, во второй половине XX в. впервые были зафиксированы такие дериваты ключевого слова, именующего исследуемый концепт, как *glamazon*

‘роскошная, высокая, самоуверенная женщина’, образованный путем контаминации на базе слов *glamour* в значении (3) и *Amazon* ‘амазонка’, *to (de)glamorize* ‘придавать кому-л. (чему-л.) особый лоск и налет роскоши’, усеченный вариант *glam*, приобретший дополнительный оттенок значения ‘экстравагантно броский’, *glamour-puss* ‘человек, чья привлекательность предполагает наличие богатства, успеха’, образованный путем сложения основ. XXI в. добавил к ряду дериватов слова *glamorizer* ‘некто, усиливающее привлекательность, намекающую на богатство, успех, статус’, и *glamping*, образованное путем контаминации на базе слов *glamour* в значении (3) и *camping* ‘палаточный туризм’, означающее, таким образом, ‘палаточный туризм, характеризующийся повышенным уровнем комфорта’.

Второй аспект исследования предполагает анализ контекстной сочетаемости слова *glamour* и его дериватов, основой для которого послужили данные СОСА [5], корпуса современного американского варианта английского языка.

Анализ контекстной сочетаемости слова *glamour* и его дериватов позволил выделить следующие смысловые зоны исследуемого сегмента концепта «*glamour*»:

- богатство: *rich* ‘богатый’, *wealth* ‘богатство’, *affluent* ‘состоятельный’, *precious* ‘драгоценный’, *prosperous* ‘процветающий’, *possessions* ‘владение, собственность’, *money* ‘деньги’, *gold* ‘золото’, *glitz* ‘качество, предполагающее причастность к богатству, известности, моде’ (*glitzy*), *privileged* ‘пользующийся преимуществами в силу своего богатства, статуса’, *socialite* ‘богатый любитель модных вечеринок’, *be rolling in it* ‘быть очень богатым’, *patina of wealth* ‘печать богатства’;

- успех: *success* ‘успех’, *achieve* ‘достигать’, *win* ‘побеждать’, *prestige* ‘авторитет, престиж’, *status* ‘статус’, *blockbuster* ‘фильм, имеющий успех’, *high-powered* ‘важный, успешный’, (*mega*)*hit* ‘песня, фильм, имеющие успех’, *smash* ‘новые песня, фильм, имеющие успех’, *supernova* ‘некто, обретший успех, популярность’, (*super*)*star* ‘некто, обретший успех, популярность, звезда’, *title* ‘титул, статус’, *Oscar* ‘премия, назначаемая за успехи киноиндустрии’;

- привлекательность, красота: *charm* ‘очарование’, *beautiful* ‘красивый’, *elegance* ‘элегантность’ (*elegant*), *gorgeous* ‘очень привлекательный’, *grace* ‘грация’, *lovely* ‘красивый, привлекательный’, *pretty* ‘миловидный’, *cute* ‘изящный’, *ideal* ‘стандарт совершенства, красоты’, *beauty queen* ‘королева красоты’, *make-up* ‘макияж’, *pampering* ‘уход, ритуалы красоты’, *understated* ‘привлекательный отсутствием чрезмерности’, *vanity* ‘тщеславие, предполагающее высокую оценку своей привлекательности’.

Присутствие вышеназванных смысловых зон предопределено словарным значением ЛЕ *glamour* (3). Помимо таковых, анализ контекстной сочетаемости обнаружил следующие смыслы:

- известность: *cameo* ‘эпизодическая роль, сыгранная знаменитостью’, *celebrity* ‘знаменитость’, *glitz* ‘качество, предполагающее причастность

к богатству, известности, моде', *glory* 'слава', *fame* 'слава' (*famous*, *infamous*, *world-famous*), *icon* 'знаменитость, вызывающая восхищение, икона', *interview* 'встреча, на которой знаменитость отвечает на вопросы о своей жизни', *legendary* 'легендарный', *look-alike* 'двойник знаменитости', *notorious* '(печально) известный', *popular* 'популярный', *publicity* 'популярность, известность', *renowned* 'знаменитый, прославленный', *well-known* 'известный';

- причастность к миру моды: *catwalk* 'подиум', *edgy* 'новомодный, «острый»', *fashion* 'мода', *glitz* 'качество, предполагающее причастность к богатству, известности, моде', *socialite* 'богатый любитель модных вечеринок', *style* 'стиль' (*stylish*), *vogue* 'мода';

- визуальное: *catwalk* 'подиум для показа моделей', *close-up* 'крупный план', *cover* 'обложка', *designer* 'дизайнер', *lighting* 'освещение', *magazine* 'журнал', *make-up* 'макияж', *portrait* 'портрет', *photograph* 'фотография' (*photographer*), *shot* 'снимок', *visual* 'визуальный';

- высокая степень проявления признака: *all-out* 'тотальный', *classic* 'превосходного качества', *dazzling* 'вызывающий чувство сильного восхищения', *egregious* 'вопиющий', *embody* 'являться наилучшим примером чего-л.', *epic* 'грандиозный', *epitomize* 'являться наилучшим примером чего-л.', *exaggerated* 'преувеличенный', *exciting* 'восхитительный', *fabulous* 'поразительный, запредельный' (*fab*), *full-on* 'неумеренный', *highlight* 'отводить главное место', *high-wattage* 'необыкновенно мощный', *high-powered* 'необыкновенно мощный', *ideal* 'безукоризненный', *insanely* 'безумно', *irresistible* 'неодолимый', *lavish* 'щедрый', *ooze* 'источать, явственно демонстрировать какое-л. качество', *over-the-top* 'сверх меры', *overdose* 'передозировка', *quintessential* 'являющийся квинтэссенцией', *radiate* 'излучать, явственно демонстрировать какое-л. качество', *royal* 'первоклассный', *sensational* 'сенсационный', *sheer* 'полнейший', *sophisticated* 'утонченный', *thrilling* 'волнующий, потрясающий', *trashy* 'крайне плохого качества', *ultimate* 'предельный', *unparalleled* 'несравненный';

- отнесенность к прошлому: *Art Deco* 'Ар Деко, стиль, популярный в 1920–1930 гг.', *bygone* 'прошлый', *old-fashioned* 'старомодный', *old-school* 'старой закалки', *old-world* 'ассоциирующийся со старыми временами', *pre-war* 'довоенный', *retro* 'ретро', *silent era (of cinematography)* 'эра немого кино', *Jacqueline Kennedy*.

Стоит отметить, что анализ контекстов, где были выявлены репрезентанты смысла 'отнесенность к прошлому', позволяет заключить, что они использовались в качестве указания на едва ли достижимый идеал привлекательности, элегантности и роскоши, редко встречаемый ныне, а следовательно, употреблялись для актуализации значения 'высокая степень проявления признака'.

Как видно, вышеобозначенные смысловые зоны репрезентированы большим количеством лексических единиц. Среди значимых, но не столь многочисленно представленных зон назовем следующие:

- принадлежность к женскому полу: *actress* ‘актриса’, *gal* ‘девчушка’, *girl* ‘девушка’, *feminine* ‘женский’, *puss* ‘киска, кокетливая девушка’, *queen* ‘королева’;
- молодой возраст: *gal* ‘девчушка’, *girl* ‘девушка’;
- сексуальная привлекательность: *sexy* ‘сексапильный’, *seductive* ‘соблазнительный’ (*seductress*);
- необъяснимое: *aura* ‘аура’, *mystery* ‘тайна’;
- привлекающее внимание: *high-profile* ‘заметный’, *theatrical* ‘наигранный’;
- малая степень проявления признака: *faded* ‘блеклый’, *subtle* ‘неуловимый’;
- негативный опыт: *trauma* ‘травма’, *tragedy* ‘трагедия’;
- ложное, поддельное: *fake* ‘поддельный’, *phony* ‘фальшивый’;

Выделение смысловых зон, как правило, имеет под собой лингвистическую основу, однако не исключено и культурно обусловленное выделение, например:

- провокационное: *bikini* ‘купальник бикини’, *bust* ‘женский бюст’, *cleavage* ‘декольте’, *nude* ‘обнаженный’.

Заметим, что ряд слов, выявленных в ходе анализа контекстной сочетаемости обсуждаемого ЛСВ слова *glamour*, пронизывает несколько смысловых зон: *glitz* – богатство, известность, мода; *opulent* – богатство, красота, высокая степень проявления признака, *socialite* – известность, мода, богатство, *icon* – известность, привлекательность.

Таким образом, анализ контекстной сочетаемости выявил 17 смысловых зон исследуемого сегмента концепта «glamour», представленных 162 лексическими и фразеологическими единицами.

Для изучения представлений о концепте «glamour» в сознании носителей американского варианта английского языка был проведен психолингвистический эксперимент, целью которого было выявление глубинных семантических признаков слова *glamour*. Информантам, четверем мужчинам и пяти женщинам в возрасте от 30 до 45 лет, имеющим степень магистра, было предложено а) дать определение понятию *glamour* (метод прямого толкования); б) записать ассоциации в ответ на стимул *glamour* (метод свободного ассоциативного эксперимента). В результате опроса было установлено, что все смыслы концепта «glamour», выделенные на основе анализа словарных дефиниций, отражены в массовом языковом сознании. Примечательно, что трое из информантов не упомянули в своем ответе ЛСВ (1) слова *glamour* ‘(колдовские) чары’, в то время как смыслы, соответствующие ЛСВ (2) и ЛСВ (3) отражены во всех листах ответов. Каждый из информантов указал около семи реакций на предложенный стимул, всего было получено 62 реакции. Представленные реакции можно объединить в следующие лексико-семантические группы:

- локации: *Hollywood*, *Vegas*, *big city* ‘большой город’, *spa* ‘место, где предоставляются услуги по восстановлению красоты, здоровья’;

- лица: *Kim Kardashian, Nicole Richie, Christina Richie, Sarah Simpson, Kylie Jenner, Kendall Jenner, Selena Gomez, Kutcher, Jackie Kennedy*;
- лица по межличностным отношениям: *BFF* ‘лучшая подруга’, *boyfriend* ‘возлюбленный, бойфренд’;
- лица по профессии: *actress* ‘актриса’, *singer* ‘певец’;
- лица по исполняемой им социальной роли: *celebrity* ‘знаменитость’;
- животные: *Chihuahua* ‘чихуахуа’;
- предметы: *(red) lipstick* ‘помада’, *clothes* ‘одежда’;
- абстрактные понятия: *allure* ‘обаяние, прелесть’, *beauty* ‘красота’, *charm* ‘очарование’, *fame* ‘слава’, *glitz* ‘качество, предполагающее причастность к богатству, известности, моде’, *parody* ‘пародия’, *success* ‘успех’, *wealth* ‘богатство’;
- чувства: *fun* ‘веселье’;
- сферы деятельности: *showbiz* ‘шоу-бизнес’, *high fashion* ‘высокая мода’;
- мероприятия, церемонии: *Oscar (the Oscar ceremony)*, *red carpet (event)* ‘красная ковровая дорожка’;
- признаки (положительные качества): *romantic* ‘романтический’, *fascinating* ‘пленительный’, *sexy* ‘сексапильный’;
- признаки (отрицательные качества): *silly* ‘глупый’, *vapid* ‘неумный’, *fake* ‘поддельный’, *illusory* ‘иллюзорный’, *gaudy* ‘безвкусный, кричащий’.

Данный эксперимент позволил выделить 40 ассоциатов к слову *glamour*, при этом около 30 % реакций были повторяющимися. Такое выраженное единодушие касалось, прежде всего, наименований локаций, лиц и мероприятий, связанных с концептом «*glamour*» экстралингвистически и являющихся, очевидно, символическими для рассматриваемого явления.

Отметим, что в ответах информантов найдена лишь одна реакция, имеющая коннотацию ‘колдовские, магические чары’ – *charm* ‘очарование’. Ряд ассоциатов отражают смыслы, соответствующие как ЛСВ (2), так и ЛСВ (3) слова *glamour*: таковы *actress*, *allure*, *beauty*, *lipstick*. 33 % реакций содержат лексические единицы, обнаруженные при анализе контекстной сочетаемости слова *glamour* и его дериватов, что показывает, что смыслы, выявленные при анализе системно-семантических данных, актуальны в современном массовом языковом сознании. 67 % реакций способны либо дополнить ранее выявленные смысловые зоны (например, привлекательность: *gaudy*, *(red) lipstick*, *spa*; ложное: *illusory*, *parody*; высокая степень проявления признака: *fascinating*), либо образовать новые (например, неинтеллектуальность: *silly*, *vapid*).

Как видно, эксперимент позволил выявить чувственно-образную составляющую исследуемого сегмента концепта.

Итак, структуру исследуемого нами сегмента лингвокультурного концепта «*glamour*» образуют не менее 18 концептуальных признаков, то есть смыслов, которые «в одних случаях формально совпадают с отдельным словарным значением, в других случаях – с отдельной семой, еще в каких-то случаях – с коннотацией» [6, с. 68]. Представление этого сегмента концепта

характеризуется положительными коннотациями, однако анализ контекстной сочетаемости слова *glamour* и данные эксперимента демонстрируют развитие у слов-репрезентантов данного сегмента концепта отрицательных коннотаций. Яркость концептуального признака ‘высокая степень проявления признака’, объективированного 38 единицами с выраженной оценочностью, свидетельствует о значимости концепта «*glamour*» в сознании носителей американского варианта английского языка.

Переводя полученные данные в плоскость культурологии, мы видим, что *glamour* ‘привлекательность, предполагающая наличие богатства, успеха, статуса’ имеет женское лицо, ее символ – женщина, скорее, молодая, актриса, но не актер (среди девяти имен собственных лиц, указанных в качестве реакции в эксперименте, лишь одно принадлежит мужчине). Она знаменитость (как правило, в сфере шоу-бизнеса, моды), и ее успех и финансовая состоятельность наделяют аурой привлекательности и сексапильности не только ее саму, но и ее близких (подруг, молодых людей). Эта персона, сопровождаемая собачкой породы чихуахуа, блистает на светских мероприятиях в большом городе, предпочтительно в Голливуде или Лас-Вегасе, при этом ей трудно превзойти в шике звезд прошлого. Она может выглядеть провокационно, привлекая всеобщее внимание. Все аспекты ее жизни характеризует чрезмерность. Такой способ существования привлекателен, но не исключает негативный опыт. Между тем попытка искусственного создания этой привлекательности выглядит фальшиво и пародийно, а увлечение внешней стороной вещей демонстрирует недалекость приверженцев такого образа жизни.

Продемонстрированная в статье комплексная методика исследования языковой объективации концепта позволяет выявить его структуру в национальной концептосфере и уточнить представление о столь характерном явлении наших дней.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Попова, З. Д.* Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Антология концептов : в 8 т. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Т. 1. – С. 7–10.
2. *Воркачев, Л. Г.* Постулаты лингвоконцептологии / Л. Г. Воркачев // Антология концептов : в 8 т. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Т. 1. – С. 10–13.
3. *Карасик, В. И.* Базовые характеристики лингвокультурных концептов / В. И. Карасик, Г. Г. Слышкин // Антология концептов : в 8 т. – Волгоград: Парадигма, 2005. – Т. 1. – С. 13–15.
4. *Радбиль, Т. Б.* Основы изучения языкового менталитета : учеб. пособие / Т. Б. Радбиль. – М.: Флинта : Наука, 2013. – 328 с.
5. *Corpus of Contemporary American English, COCA* [Electronic resource]. – Mode of access : <https://www.english-corpora.org/coca/>. – Date of access : 05.11.2020.

6. Глебова, Н. Г. Когнитивные признаки концепта «русскость» в национальной концептосфере и его объективация в русском языке : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Н. Г. Глебова. – Нижний Новгород, 2018. – 224 л.

The article deals with the segment of the concept of «glamour» that is associated with ‘the attractive and exciting quality of being connected with wealth and success’, and the way it is represented in contemporary American English. A series of conceptual characteristics of this concept were singled out, among which are ‘fame’, ‘the past’, ‘high degree of representation of the quality’, ‘femininity’ and others.

Поступила в редакцию 01.02.2021