УДК 008:316.728

Р.І. Безугла

АСИМІЛЯЦІЯ КОНЦЕПТУ «ГЛАМУР» В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Рубіж XX-XXI століть у певному відношенні став переломним для розвитку всієї світової спільноти взагалі та України, зокрема. Він відмічений важливими суспільно-політичними та соціально-економічними перетвореннями, перспективи і можливі наслідки яких поки що складно повністю усвідомити та оцінити.

Перебудова державної структури, що відбулася наприкінці XX століття, призвела до зламу «звичної» та «природної» інфраструктури культурного життя. Відбулося руйнування цінностей попередньої суспільної системи, а однією з головних цінностей нової системи став прибуток. У сфері культури розпочалось безконтрольне, самостійне впровадження ринкових відносин та пов'язана з цим комерціалізація. Культура опинилася в нових умовах розвитку. Трансформація цінностей призвела до трансформацій і в мові, адже лексика є тією системою, що швидко реагує на зміни, що відбуваються в суспільстві (своєю соціальною, професійною та стилістичною диференціацією, своїми структурними та семантичними новоутвореннями тощо).

За останні десятиріччя за рахунок запозичення лексики англійського походження, словниковий запас української мови значно розширився. Починаючи з 90-х років XX ст. українська мова змінюється настільки швидко, що в суспільстві виникають тривожні, а інколи і панічні настрої. Все частіше йде мова про псування та «забруднення» української мови: особливо болісними є такі теми, як мова Інтернету, розповсюдження жаргонізмів, зловживання запозиченими словами тощо. Дана тенденція характерна і для сучасного періоду, а використання іншомовних елементів неухильно збільшується в різних сферах спілкування.

Найбільший відсоток запозичень припадає на англіцизми з економічної, фінансової, суспільно-політичної сфери та зі сфери інформаційних технологій. Досить популярними є запозичені слова і терміни, що означають та відображають культурні і соціальні зміни, тенденції в мистецтві, моді тощо. Серед причин запозичення найчастіше виділяють відсутність відповідного поняття або найменування в когнітивній базі мови-рецептора, слів за допомогою яких забезпечується стилістичний ефект або виражаються позитивні чи негативні конотації, не притаманні еквівалентній одиниці в мові-рецепторі.

Одним із таких популярних слів-запозичень є слово «гламур» яке, з одного боку, є досить новим не тільки для України, але і інших країн пострадянського простору, зокрема і Росії. З іншого, незважаючи на його «новизну», слово стало досить популярним в українській мові.

Провідна роль ініціаторів та активних провідників запозичення, що сприяють розповсюдженню англіцизмів в українській мові, належить сучасним засобам масової інформації та комунікації. Останні є цінним джерелом для вивчення лексичної системи, оскільки вони оперативно відображають реальний стан мови. О.Прокутіна відмічає, що «використання «знижених» мовних одиниць у ЗМІ прагматично обумовлено, оскільки є одним із найбільш ефективних засобів виразності. Саме експресивність новизни – одна із стійких причин запозичення англіцизмів як більш престижних, інформативних, значних» [12]. Сучасні засоби масової інформації та комунікації рясніють запозиченими словами. На думку Л.Крисіна, використання слів англійського походження репрезентують людину яка говорить, як освічену, компетентну та атестують її в соціальному плані більш високо [6; 151].

Найбільш популярними та частотними є англіцизми, що набувають в українській мові експресивно-оціночний відтінок розмовності, а досить часто й зовсім іншого значення, ніж у

мові-джерелі (наприклад, драйв, піарщик, мажор та в контексті нашого дослідження, слово «гламур»). На перший план серед запозичень виступають слова-космополіти, що зберігають тотожність у різних мовах і, відповідно, в процесі комунікативного обміну втілюють у собі ідею мовної інтеграції. На думку В.Борботько, не всі запозичені елементи виявляються здатними стати загальними для різних культур, зберігаючи в них ідентичне значення. «При переході слів з однієї етнічної мови до іншої, їх очікує різна доля. Одні слова стають інтернаціоналізмами (віддаємо перевагу терміну «космополіти», оскільки дане поняття широко відображає дану тенденцію – *прим. авт.*) і, асимільовані різними мовами, зберігають ідентичне значення, інші – адаптуючись у новому середовищі, змінюють смисл. Не всі привнесені елементи закріплюються в новій системі, деякі з них мають ефемерний статус та незабаром зникають із сфери комунікації» [2; 147].

Незважаючи на те, що в англійській мові слово «glamour» має тривалу та цікаву історію розвитку, випадки використання в українській мові запозиченого терміну реєструються тільки 1997 р., а приблизно з 2004 року слово «гламур» стало популярним у повсякденній українській мові (це пов'язують із тим, що 2004 року виходить перший номер журналу «Glamour», який легітимізував використання даного неологізму в російській та українських мовах). Поступово дана лексична одиниця отримала розповсюдження (чому, як вже зазначалось, сприяли ЗМІ, насамперед, модні журнали та телебачення).

Запозичені слова взагалі та в контексті нашого дослідження слово «гламур», зокрема, переходячи з однієї мови в іншу, підпадають під новий порядок – номос даної системи, що проявляє себе як контекстне управління смислом мовних виразів. Проте це відбувається не одразу і не завжди. На першому етапі запозичення, при знайомстві з новим іншомовним словом виявляється те, що воно є екзотизмом, символом іншої культури, тобто знаходиться з даною системою у відношенні екзономії[1]. Екзотизми – слова, що називають реалії «чужого» життя, складають значний прошарок серед лексики, що запозичується кожною мовою в той чи інший період свого розвитку [6; 106]. Межі між екзотизмами та «звичайними» запозиченнями (словами, семантика та використання яких не специфічні для тієї чи іншої країни) не жорсткі. Тобто екзотизм при певних обставинах, може перетворитися на слово, яке хоч і зберігає ознаки іншомовності, проте позначає реалію, що прищеплюється в житті носіїв мови-реципієнта. Наприклад, до середини 80-х – початку 90-х років XX століття на положенні екзотизмів в українській мові були слова, що характеризують політичну та державну будову інших країн (не СРСР і не України) – мер, префект, парламент, муніципальний, спікер тощо.

Можна стверджувати, що слово «гламур» в українській мові (на початковому етапі запозичення) виступало як екзономне слово. Англійська лексика, в нашому випадку слово гламур, «прийшовши» в українську мову, несло ореол екзотизму. Для всіх слів такого роду (наприклад, вікенд, пікап, ноу-хау, хіт, кастинг, консалтинг та ін.) характерний певний символізм. За словом «гламур» приховувалось щось загадкове, містичне, якийсь новий невідомий (для пересічного українця) стиль життя, наповнений шиком та блиском, «томними» красунями та красенями (представлених на обкладинках глянцевих журналів), світ, в якому відсутні побутові проблеми, хвороби тощо.

Екзотичні слова (в контексті нашого дослідження, слово «гламур») не тільки називають реалії, невідомі носіям мови, що запозичує дане слово, – вони в багатьох випадках у своїх значеннях містять вказівку на певну специфіку культури даного народу, особливості його звичаїв, його менталітету. Дане слово, позначаючи відповідне поняття та використовуючись в іншій мові, ніби транслює шматочок іншої культури людям, які не є носіями даної культури.

Значна частина слів-екзотизмів використовуються тільки в ситуаціях і контекстах, що описують відповідні етнічні реалії, тобто не належать сучасному українському словнику в якості його органічної складової. Наприклад, такі слова є доречними в етнографічній

літературі, при описі обрядів та звичаїв того чи іншого народу, в подорожніх нарисах, перекладах фольклорних та художніх творів тощо. Проте частина слів, які на початку їх запозичення належали до екзотичної лексики, в процесі використання в українській мові набули переносного значення та втратили зв'язок із первісною національно-культурною самобутністю.

У процесі «входження» в українську культуру, слово гламур перестало сприйматися як екзосимвол та підпало спочатку під закон ізономії[2] (тотожного контекстного управління в різних мовах), а пізніше – аллономії[3] (запозичення, що зазнали семантичних зрушень). Слово гламур можна віднести до тієї тематичної групи, яка втратила свою семантичну компоненту, що вказує на національну специфічність позначуваного об'єкту, а поряд із прямим значенням стали розвиватися і переносні.

Даний лінгвістичний факт пояснюється головним чином причинами етнографічного, в цілому культурно-історичного характеру. Загальновідомо, що світ, який оточує людину в різних культурах та в різних мовах, може по різному членуватися, адже різні мови по різному семантизують дійсність, її окремі «ділянки», в чому і проявляється оригінальність.

На думку одних вчених, поняття в усіх мовах тотожні, хоча можуть висловлюватися по різному. «Деяка думка, що представлена у певній словниковій формі, є поняття. Можна представити її в багатьох інших мовних формах (в природних або штучних мовах), що є перекладами одних в інших, і будемо мати все те ж поняття. Різні форми і визнаються перекладами один в одного в силу того, що виражають одне й те ж поняття» [4].

Згідно з іншою точкою зору (в сучасній науці більш розповсюдженій), поняття, концепти в різних мовах і культурах досить часто не співпадають, оскільки, як вже зазначалось, різні мови по різному відображають дійсність та вкладають в основу поняття, що знаходиться на стадії формування, різні його тлумачення. Проблема мовного вираження тих чи інших смислів є центральною в так званій «лакунарній теорії». Як «смислові згустки» концепти існують латентно і досить часто, в тій чи іншій мові вони можуть залишатися «розпорошеними». Мовні лакуни (лат. lacuna – заглиблення, прогалина, порожнина) – «білі плями» на семантичній мапі тієї чи іншої мови[4] називають в якості неочевидної форми існування концептів [5]. Ті іншомовні слова, що виражають поняття, що не закріплені мовною нормою даної мови і для передачі яких в цій мові потребуються більш або менш просторові перифрази (вільні словосполучення, які створюються на рівні мови), визнаються лакунами [7].

Аналіз літератури показав, що в культурології, лінгвістиці та психолінгвістиці під «лакунами» розуміють базові елементи національної специфіки лінгвокультурної спільноти, що ускладнюють розуміння деяких фрагментів текстів іншокультурними реципієнтами [7]. В англомовній літературі лакуну називають «gap»: «випадкові прогалини в мовних моделях» («random notes in speech patterns»). Існують і інші терміни для позначення поняття «лакуна» – етноейдеми, лінгвокультуреми, етнолінгвокультуреми.

Г.Антипов, О.Донських та ін. в праці «Текст як явище культури» [15] відмічають, що лакуни можуть бути мовними (лексичними, граматичними, стилістичними) і культурологічними (етнографічними, психологічними, поведінковими, кінесичними та ін.). Крім того, лакуни можуть бути не тільки інтеркультурними чи інтермовними (які виникають у процесі міжкультурного спілкування), але й інтракультурними (інтрамовними).

На думку З.Попової та І.Стерніна, «лакуна – це відсутність одиниці в одній мові при її наявності в іншій». Ці автори підкреслюють, що «головною особливістю лакун є те, що вони виникають в процесі спілкування, в ситуації контакту двох культур» [14; 19-20]. Екстралінгвістична «ситуація контакту двох культур» пояснює той факт, що лінгвістичне явище запозичення лексики пов'язане з наявністю етнографічних (культурологічних, інтеркультурних) лакун. Етнографічні лакуни інколи викликані відсутністю в одній культурі тих реалій, які притаманні іншій.

В українському форматі (до речі, як і в російському) «гламур» представляється як досить об'ємний концепт, що заповнив існуючу етнографічну лакуну, адже до недавнього часу в українській мові та культурі не існувало терміну для узагальненого визначення семантично напруженого простору, заповненого суміжними за смислом словами та поняттями (фразеологізми, синонімічний ряд, стійкі порівняння, тощо): «краса – це страшна сила», «гарно жити не забороніш», «любо-дорого», «стиляга, модник, чепурун», «як картинка», «як цукерка», «ласий шматочок», «шик, блиск, краса», «франт, денді», «антік-муар із гвоздикою» та ін.

Символ наповнюється змістом у процесі дискурсивного освоєння світу, що може відбуватися протягом всього життя індивіду. Л.Виготський зазначав, що «вливання різноманітного смислового змісту в єдине слово являє собою кожен раз утворення індивідуального, неперекладного значення, тобто ідіоми» [2; 146]. Для П.Флоренського «символ – реальність, що несе в собі енергію іншої реальності, яка не дана нам безпосередньо» [15; 306].

У даному контексті важливо відмітити, що тлумачення, глибина інтерпретації концепту в значній мірі, залежить не тільки від здібностей та властивостей конкретної особистості, від її віку та деяких інших характеристик людини, але і від приналежності останньої до певного соціуму, або навіть до мікросоціуму. Проникнення в глибинний пласт концепту як когнітивно-культурного конструкту детермінується специфікою визначеного часовими межами соціокультурного простору, в якому знаходиться людина.

Термін «гламур», що з'явився в Україні в пострадянську епоху, став у даних умовах актуальним: «підлаштувавшись» під фонетичну та морфолого-синтаксичну системи української мови, він стрімко набув додаткових значень, що є характерними для нової системи концептуалізації світу та значно розширивши обсяг порівняно з його англійським прототипом. Про що свідчать проведені асоціативні експерименти.

Оскільки даний термін не отримав чіткої лексиграфічної фіксації в сучасних словниках, асоціативний експеримент дозволяє виявити в структурі значення слова психологічно реальні компоненти, що дозволяє вести мову про можливість виявлення психологічно реального значення слова. В експерименті інформантам (опитано 100 людей у віці від 17 до 63 років: 47 чоловік та 53 жінки) було запропоновано дати своє визначення слова гламур/гламурний. Отримано 98 реакцій та 29 відмов, дехто з опитуваних запропонував більше ніж одна дефініція. Гламур/гламурний (98): глянець, блиск, лоск – 18; красива зовнішність, шарм – 13; шик, розкіш – 12; мода, стиль – 9; сексуальний, незвичайний, вишуканий, шикарний, коштовний – 7; привабливість, чарівність – 4; вичурний, несправжній, кітчевий, несмак – 3; великосвітський, модний, знаменитий красень чи красуня на обкладинці журналів (наприклад, «Гламура», «Vogue» та ін.), щось із жіночого журналу, класу люкс, лощений, елітний, епатажний, еротичний, яскравий, барвистий, новомодний, новий, відвертий, на піку моди, незвичайний стиль, супер, супермодний, найчастіше наряд, витончений, інтимний, любовний, лямур, чарівний, ілюзорний, своєрідний, оманливий, химерний, зарозумілий, пафосний, неприродній – 1.

У ході когнітивної інтерпретації понятійного змісту основної лексеми гламур, семи, що співпадали або були близькими за змістом узагальнювались та розглядались як єдина когнітивна ознака концепту. В результаті виявлені наступні ключові семантичні компоненти: глянець, блиск, лоск; красива зовнішність, шарм; привабливість, чарівність; шик, розкіш; мода, стиль; яскравий, ефектний. Відмітимо, поряд із позитивними наявність і негативних семантичних ознак: несправжній, ілюзорний, оманливий, химерний, зарозумілий, пафосний, неприродній, кітчевий. Подібна різноманітність знакових форм свідчить, що концепт «гламур» в українській культурі є ціннісно-значимим.

Контексти реального мовного використання численних лексем, що репрезентують концепт «гламур», не тільки розширюють наше уявлення про нього але і значно розширюють межі його денотативної зони. О.Прокрутіна відмічає, що лексема «гламур»

демонструє високу словотворчу активність в українській та російській мовах, що є наслідком її комунікативної актуальності. В той же час, похідні від лексеми «гламур» (з початковою позитивною конотацією) передають «негативний, пейоративний відтінок та означають будь-що штучне, неприродне, несправжнє». Тобто, «гламурний – значить спрямований на зовнішній блиск, показний, вітринний, вільний від змісту та функціональності. Досить часто дана лексема має явно виражений негативний відтінок, інколи з презирливим іронічним забарвленням» [12].

О.Атланова експериментальним шляхом[5] досліджуючи значення слова гламур зазначає, що за результатами експерименту гламурний – це, насамперед, модний, красивий, шикарний, блискучий, глянцевий, стильний. Узагальнюючи отримані результати, О.Атланова так охарактеризувала значення слова гламурний на сучасному етапі: гламурний – модний, красивий (ядро значення), вишуканий, сучасний, шикарний, яскравий, престижний, елітний (ближня периферія). Одночасно дослідниця наголошує на існуванні (поряд з позитивними) негативних семантичних ознак: «вичурний», неприродній, пафосний, пещений, лощений, епатажний тощо [1].

Можна констатувати, що асоціативне поле розростається досить швидко та характеризується семіотичною насиченістю і неоднорідністю. Про що свідчать і результати вільного асоціативного експерименту із словника С.Міхейкіної: «Гламур – пафос – 27; гламурний – 11; блиск, краса, відстій – 9; ненавиджу – 8; бути на рівні, модно, «прикид», Звєрєв, супер – 5; набрид, Собчак, прагнути – 3; несмак, блискітки, смак, виділитися, наряд, стрази – 2; неподобство, зі шкіри лізти, штучна краса, модниця, штучне, несправжнє, привертає увагу, скрізь, блискучий, з пелюшок, божевільний, це я, яскравий – 1» (кількісні характеристики позначають частотність асоціацій) [9; 20].

Показово, що значення слова «гламур» не тільки набуває оціночної ролі в російській на українській мові, на перший план в тлумаченні даного поняття починають виходити не «чарівність» та «шарм» (що є характерним для англійського концепту «glamour»), а «підробленість», «штучність» і «вичурність», акцентується та підкреслюється симулятивна природа гламуру.

Як зазначає Т.Михайлова, в «еволюції значення кореню гламур в якійсь мірі проявляється наша ментальність: гламур, що повинен тлумачитися як розкіш, блиск, чарівність та елегантність, асоціюватися з багатством та успіхом, набув у мові негативного забарвлення, став означати зайву красивість, фальш та кон'юнктурність» [8].

Національний менталітет кожної лінгвокультурної спільноти має свої особливості, що відображаються в змісті та будові культурних концептів. Ми визначили концепт «гламур» як культурно та етнічно обумовлене ментальне утворення. Соціо-психо-культурологічні характеристики конкретного співтовариства людей (такі, як традиції, звичаї, особливості побуту, стереотипи мислення, моделі поведінки тощо), які історично сформувалися протягом становлення етносу визначають і етнічну обумовленість концепту. Дані характеристики є досить важливими для будь-якого співтовариства цивілізованих людей. А усвідомлення концепту, як ментального утворення дозволяє нам не тільки реконструювати ментальний світ носія певної мови, але і відтворити його етнокультурний образ світу. Ю.Степанов пропонує розглядати концепт як свого роду осередок культури в ментальному світі людини [13].

Певні труднощі (обумовлені специфікою культурного місця концепту в національній картині світу) виникають при трансляції концептів з однієї мови в іншу. Досить часто співпадіння понятійної (ядерної), частини концепту ще не означає тотожності його периферії – оцінки, в цілому цінності та численних образів, що асоціюються з ним.

Ментальні утворення, актуальні для однієї мови, в процесі запозичення опиняються в іншій культурі та починають принципово рефлексуватися носіями даної культури. При цьому часто відбувається об'єктивна втрата деяких периферійних компонентів смислу, поняття. Даний факт пояснюється низкою факторів, таких як, «технічні» можливості мови,

інтралінгвістичними, екстралінгвістичними, але в першу чергу певними етнокультурними факторами. Смисли, ідеї, поняття, концепти опиняються, умовно кажучи, в іншому культурному просторі, для якого притаманні власні специфічні характеристики, власна система координат. Тобто, ідея, смисл, поняття, «пересаджені» в іншу «нову» культуру опиняються в її смисловому полі та культурно-понятійній системі (номосі), яка досить часто вибудувана за дещо іншими «правилами», ніж у «попередній» культурі (культурі, з якої відбулося запозичення). За своєю суттю дані «правила» і виражають специфіку культури: особливості національного менталітету, характеру народу, специфіку його традицій та ін. Такі компоненти культури, як традиції, звичаї, забобони, прикмети, обумовлені комплексом факторів. Щоб уявити в загальних рисах специфіку етнокультури та етноконцептів, достатньо згадати теорії географічного, психологічного, історико-економічного, лінгвістичного детермінізму.

Культурна обумовленість концепту «гламур» виражається в тому, що він «народився» (з'явився в Україні) в конкретній соціально-історичній ситуації, в конкретній етнічній спільноті на певному етапі її розвитку. Спочатку даний концепт був запозичений в українську мову ззовні – початково як поняття, потім рефлексувався «чужою» для нього свідомістю, а згодом трансформувався безпосередньо в складний феномен – концепт. Трансформація поняття в концепт пов'язана з набуттям останнім оціночного досвіду. Наприклад Н.Платонова вважає, що при вирішенні питання про те, що саме запозичується з іншої мови – слово або концепт, вирішальним фактором стає «наявність сформованого оціночного відношення» [10]. В українську мову було запозичене не просто слово «гламур» в деякому значенні, що входить в актуальний інформаційний зміст лексеми glamour, але цілий концепт, сформований під потужним впливом американської лінгвокультури. В процесі асиміляції в українській мові концепт «гламур» набув гіпертрофовану емоційно-оціночну складову.

Чисельність інтерпретацій та нечіткість змісту лексеми «гламур» дозволяє практично кожному мати своє уявлення про семантичне наповнення концепту «гламур»: для одних – це блиск та дешева підробка, для інших – шарм та вміння підбирати елегантний одяг, для третіх – розкішний стиль життя сучасної еліти та celebrities, для четвертих – кітч, блиск страз та дешева підробка. Для когось гламур асоціюється з високою модою, а для когось – з «білявками» та недорогим, молодіжним або рожевим вбранням. Тобто, в українській мові слово «гламур» виступає як символ, що є ендогенним, воно згортає в собі смисл тих контекстів, в яких воно використовується, а зміст символу постійно збагачується в комунікації.

Можна стверджувати, що на даному етапі значення лексеми «гламур» в українській мові знаходиться тільки на стадії формування, про що свідчить не тільки велика кількість синонімів і, відповідно, високий індекс синонімічного різноманіття номінації, але і виникнення великої кількості утворень від даного слова, наприклад, антигламур, гламуризація, гламуроманія, гламурщик, гламурно, гламурний, огламурити, гламурити, гламурненько, погламурнити та ін. При цьому використовуються різноманітні засоби морфологічного словоутворення такі, як префіксальний (наприклад, антигламур, ультрагламур та ін.), суфіксальний (гламурність, гламуріана та ін.), префіксально-суфіксальний (пригламурений, огламурений та ін.). Також досить популярним є складення слів, наприклад гламур-тужур, глянцево-гламурний, богемно-гламурний та ін. Отже, на сучасному етапі розвитку української мови спостерігається розширення словоутворюючого гнізда лексеми гламур та її особлива дериваційна активність.

Примітки

[1] Екзономними є слова, що належать до розряду ксенізмів, наприклад, для українців екзономами будуть, вочевидь, такі слова, як камамбер, сідр, віскі, есквайр тощо. Екзономи,

знаходячись у складі іншої мови і навіть маючи при цьому знакову визначеність (вказівку на конкретний денотат), залишаються при цьому символами іншої лінгвокультури. Параметр екзономії може зберігатись навіть у випадку перекладу слова способом калькування.

[2] До сфери ізономії відносяться всі традиційні космополіти. Серед них є слова та вирази, які перенесені з мови в мову у формі, що є близькою до оригіналу.

[3] Слова вступають у відношення аллономії, якщо попадають у різні номоси двох мов, відчуваючи при цьому зміну семантики. Численні приклади аллономії із зрушенням значення можна знайти серед таз званих «помилкових друзів перекладача». Такі слова зберігають легко впізнавану форму своїх прототипів з мови-донора. Проте, вони не можуть бути перекладені шляхом прямого заміщення унаслідок істотного смислового зрушення.

[4] Термін був введений Ю.Степановим.

[5] Авторами було опитано 100 осіб (46 чоловіків та 54 жінки) у віці від 17 до 63 років.

Список використаної літератури

1. ***Атланова Е. О.*** Экспериментальное исследование значений слова гламурный в языковом сознании носителей русского языка / Е. О. Атланова // Вопросы психолингвистики. – 2007. – № 5. – С. 82-84.

2. ***Борботько В. Г.*** Язык как планетарный феномен: символы и архетипы в коллективной рефлекси / В. Г. Борботько // Глобализация-этнизация: этнокультур и этнояз. процессы: в 2 кн. / [отв. ред. Г. П. Нещименко] ; Науч. совет РАН «История мировой культуры» ; Ин-т славяноведения РАН. Кн. 1. – М. : Наука, 2006. – С. 139-163.

3. ***Володина М. Н.*** Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // [Електронный ресурс] Российская массовая культура конца XX века. Материалы «круглого стола». – Санкт-Перербургское филос. общество. – 2001. – Режим доступа: http://antropology.Ru/ru, свободный. – Загл. с экрана.

4. ***Костомаров В. Г.*** Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Г. Костомаров. – СПб. : Златоуст, 1999. – 320 с.

5. ***Красавский Н. А.*** Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах : монография / Н. А. Красавский. – М. : Гнозис, 2008. – 374 с.

6. ***Крысин Л. П.*** Заимствованное слово как транслятор иной культуры / Л. П. Крысин // Глобализация-этнизация : этнокультур. и этнояз. процессы: в 2 кн. / [отв. ред. Г. П. Нещименко] ; Науч.совет РАН «История мировой культуры» ; Ин-т славяноведения РАН. Кн. 1. – М. : Наука, 2006. – С. 106-112.

7. ***Лакунарность в языке, картине мира, словаре и тексте.*** Межвуз. сб. науч. тр. / под ред. Т. Стексовой. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2009. – 262 с.

8. ***Михайлова Т.*** Инъекция гламура : политика прозы Оксаны Робски [Електронный ресурс] / Т. Михайлова. – Режим доступа: http://www.nlobooks.ru

9. ***Михейкина С. Г.*** Ассоциативный словарь русского языка на материале экспрессивных газетных заголовков отечественных печатных изданий 2002-2007 гг. От стимула к реакции / С. Г. Михейкина. – М. : Компания Спутник+, 2008. – 91 с.

10. ***Платонова Н. С.*** Социолингвистический аспект концепта «гламур» в русском языке / Н. С. Платонова // Языки в современном мире: материалы VII междунар. конф. «Языки в современном мире». – М., 2008. – С. 194-200.

11. ***Попова З. Д.*** Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. В. Стернин. – М. : АСТ : Восток-Запад, 2007. – 314 с.

12. ***Прокутина Е. В.*** Употребление нестандартной лексики англоязычного происхождения в средствах массовой информации / Е. В. Прокутина // Вестник ЧГПУ. – 2009. – № 8. – С. 208-216.

13. ***Степанов Ю. С.*** Константы : Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М. : Академический Проект, 2001. – 990 с.

14. ***Текст как явление культуры*** / Г. А. Антипов, О. А. Донских, И. Ю. Марковина, Ю. А. Сорокин. – Новосибирск : Наука. Сиб. отделение, 1989. – 197 с.

15. ***Флоренский П. А.*** История и философия искусства / П. А. Флоренский. – М. : Мысль, 2000. – 446 с.

16. ***Прокутина Е. В.*** Употребление нестандартной лексики англоязычного произхождения в средствах массовой информации / Е. В. Прокутина // Вестник ЧГПУ. – 2009. – № 8. – С. 208-216.

Резюме

Аналізується проблема міжмовних запозичень, зокрема, концепту «гламур», який в процесі асиміляції в українській культурі набуває не тільки експресивно-оціночного відтінку розмовності, але й іншого семантичного наповнення ніж у мові-джерелі.

Ключові слова: гламур, концепт, запозичення, культура.

Summary

Bezugla P.I. **Assimilation of concept «glamour» in the Ukrainian culture**

This paper deals with the problem Interlingua borrowing, in particular, the concept of «glamour» is in the process of assimilation in the Ukrainian culture becomes not only expressive and evaluative tone conversational, but slightly different meaning than in the source language.

Key words: glamour, concept, borrowing, culture.

Аннотация

Анализируется проблема межьязыковых заимствований, в частности, концепта «гламур», который в процессе ассимиляции в украинской культуре приобретает не только экспрессивно-оценочный оттенок разговорности, но и иное семантическое наполнение, чем в исходном языке.

Ключевые слова: гламур, концепт, заимствования, культура.

Надійшла до редакції 13.07.2013 р.