

РОЛЬ МЕТАМОВИ У ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ ГЛАМУР

На матеріалі інтернет-медіа та форумів розглянуто мовленнєві фрагменти, у яких мовці експлікують властивості слова «гламур» як імені концепту, висловлюють своє ставлення до мовного знака, його номінативних можливостей і функціонування в дискурсі.

Ключові слова: метамова, мовна особистість, оцінка, концепт, семантичне освоєння запозичень.

Концепт, досліджуваний у цій статті, без сумніву, належить до визначальних концептів сучасності, він вирізняється частотою апеляцій до нього в різних типах дискурсу, зокрема (й передусім) у дискурсі мас-медіа. На вагомому місці концепту ГЛАМУР в актуальній картині світу вказують і численні контексти, у яких ідеться про його символічну репрезентативність для сьогоденної дійсності. Наприклад, О. Вергеліс у статті про культуру України, написаній з нагоди 20-річчя незалежності як полемічний текст на тлі численних ювілейних рапортів про «культурні здобутки», починає пункт перший (із 20-ти, відповідно до дати) так: *«Остання декада незалежності – у сфері умовно прекрасного – тріумф всепереможного гламуру. Він опановує всі напрями. Долає будь-який опір»* [Дзеркало тижня. – 2011. – № 31]. Такі висловлень можна дібрати чимало, їхні мовні ознаки будуть подібними: тяжіння до узагальнення, ствердження виняткової суспільно-культурної ролі гламуру (як стилю, напряму, способу світосприйняття), наявність тих ознак ментальної структури, які бездоганно відповідають класичній дефініції концепту від Ю. Степанова, де йдеться про те, що концепти переживаються, стають приводом для симпатій, антипатій і зіткнень. Показові й мовні засоби, що супроводжують вербалізацію концепту в О. Вергеліса й у подібних висловленнях: іменники та прикметники з семантикою максимальної реалізації явища, ознаки; промовисті займенники *всі* і *будь-який*. Можна пригадати й те, що в Росії широка спільнота, координована М. Епштейном, яка відстежує актуальні явища в мові, визнала *гламур* «словом року-2007» [див.

<http://grammar.ru> та ін.]; наступного ж 2008 року доктор соціологічних наук Д. Іванов стверджував: «Гламур виявляє себе всюди і розпізнається однаково і в речах, і в людях, і в їхніх обличчях та одязі, і в їхніх душах та думках» [7]. Усе це репрезентує варгу уваги дискурсивну тенденцію.

Тож концепт цілком закономерно привертає увагу дослідників. У західному світі вже існує монографічна робота – ціла історія гламуру [17], у якій автор простежує явище з кінця XVIII ст. (саме там він бачить джерела) до сьогодення. Цитуючи С. Гандла та інших авторів, різнобічно розглядає соціально-естетичні ознаки явища Г. Дуглас, який наголошує на сучасній множинності гламурів («the many glammers of the postmetropolis») [16].

В українській науці також ідеться про соціально-естетичний вимір гламуру в координатах часу й умов. Т. Гундорова пише: «За поняттям “гламур” сьогодні міцно закріпився образ красивого життя, яке не лише зачаровує своїм блиском і розкішшю, а й шокує екстравагантністю. На пострадянському просторі гламур – це і образ-саморепрезентація нової еліти, і універсальний культ розкоші, моди, екзотичного і еротичного способу життя, рекламований мас-медіа. При цьому гламур забарвлений на пострадянському просторі в тони посттравматичної ностальгії за якоюсь аристократичною величчю. Він несе відсвіт задоволення від того, що минулися хаотичні й бідні 90-ті роки, сигналізує про причетність до західного глобалізованого світу» [6]. Надзвичайно широкий спектр значень, закладених у лексему *гламур*, показує Р. Безугла [1; 2] (хоч авторка подекуди систематизує в одному переліку різнопланові й різнорівневі складники концепту). Дослідниця стверджує: «Випадки використання нового терміна реєструються тільки з 1997 р., а приблизно з 2004 р. слово “гламур” стало популярним в повсякденній українській мові (це пов’язують з тим, що 2004 р. виходить перший номер журналу “Glamour”, який легітимізував використання даного неологізму в російській та українських мовах)» [1, с. 3]. І ця авторка, й інші дослідники відзначають цікаву й несподівану для нефахівців етимологічну рису слова – його походження від латинського *grammatica* [1, с. 1–2; 8, с. 24; 4, с. 1–2]. У дослідженнях відзначають також неабияку словотвірну активність лексеми *гламур* в українській та російській мовах [8, с. 24; 3, с. 75–76; 4, с. 4–5]. І. Казимирова дослідила асоціативне поле імені концепту [8]. Важливу роль концепту в картині світу відзначають також В. Новиков, Л. Попко, Л. Смурова, К. Точилов [9, с. 29–30; 11; 14; 15]. Слово *гламур* та одиниці його словотвірного гнізда привертають увагу і в контексті вивчення ширших проблем: так, І. Окуєва розглядає ці мовні засоби серед репрезентантів концепту КРАСА [10], а Л. Селіверстова – як один зі складників, що належить до лінгвокультурного типуажу «зірка Голлівуду» [13].

Цілком очевидно для носія сучасної мови є здатність лексеми *гламур* передавати оцінку, навіть тенденція оцінного складника до контекстуального домінування. Також привертає увагу те, що ця оцінка амбівалентна. Скажімо, Т. Пристайко показує, що слово *гламур* є носієм особливо експресивної позитивної оцінки в рекламі високотехнологічних пристроїв [12], а Ю. Гарюнова демонструє його вже як знак зниженої естетичної оцінки в кінокритиці [5, с. 36]. Це явище дало підставу Р. Безуглій, котра спирається на теоретичні побудови В. Карасика, кваліфікувати ГЛАМУР як епіномний концепт [2, с. 84], тобто один із тих, які мають редукований

предметний і гіпертрофований емоційно-оцінний зміст, для яких «характерна різка зміна смислів у різних типах дискурсу». «Епіномні концепти досить часто несуть різне змістове наповнення в свідомості представників різних соціальних груп, відрізняються високою дифузністю» [там само].

Тож нині встановлено низку ознак ГЛІАМУРУ як специфічного концепту. Проте розглянуті вище його властивості визначають іще одну важливу рису, яка супроводжує вербалізацію концепту, звернення до нього в дискурсі: високу частоту метамовного коментування. Ідеться про те, що мовці не лише говорять про гламур як явище, але й висловлюються про сам мовний знак, котрий його називає. Цей аспект іще не досліджено, тож мета пропонованої статті – виявлення ролі метамовних коментарів в апеляції української мовної особистості до концепту ГЛІАМУР.

1. Численними є метамовні фрагменти, у яких мовці наголошують на різноманітних етимологічних, історичних, семантичних та стилістичних властивостях слова. Коментарі такого типу часто доволі об'єктивні: *«Зародившись у надрах моди, слово гламур обросло власною семантикою і на сьогодні завойовує нові й нові сфери впливу»* [<http://use.at.ua>, 15.03.2009]. Тут осмислення явища і слова мовною свідомістю в повсякденному контексті найбільшою мірою наближається до фахової лінгвістичної рефлексії.

Коментарі цього різновиду (нейтрально-описового) мають кілька важливих ознак. Серед них:

1. Регулярна констатація семантичної широти й невизначеності поняття: *«Дуже часто під цим терміном розуміють абсолютно різні речі – і бездоганну, трохи сувору елегантність, і кричущу екстравагантність»* [<http://lifetips.org.ua>, 27.03.2012].

2. Наявність у контекстах лексем і конструкцій, що називають певні соціальні групи, спільноти людей: *«Слово “гламур” перекладається з англійської як “блиск”, “розкіш”. І хоч його це немає в тлумачних словниках, всі знають це слово, навіть ті, хто далекий від світу моди»* [там само].

3. Використання прецедентних імен, які дозволяють перейти з семантичного на когнітивний рівень і унаочнити зміст концепту: *«Що об'єднує Мерилін Монро, Грету Гарбо, Фреді Меркюрі і, скажімо, Михайла Поплавського, Ірину Білик і Ольгу Сумську? Ні. В жодному разі не належність до якого-небудь з жанрів мистецтва. Одне слово. І слово це – гламур»* [<http://gk-press.if.ua>, 08.07.2010].

Спільною рисою наведених вище прикладів є те, що мовець активно не втручається в інтерпретацію поняття, подає його ніби збоку, як спостерігач.

II. Але дуже поширені й коментарі інакші: ті, в яких мовна особистість активно виявляє свою позицію. Ці твердження є оцінними, часто ця оцінність пряма: *«Дурне слово “гламур” поступово входить у нашу свідомість і є критерієм досконалості, популярності. А по суті – пуста моральна, культурна і духовна»* [<http://virchi.pp.net.ua>, 08.06.2008]. Тут також спостерігаються характерні прийоми, які корелюють із трьома виділеними вище.

1. Так, замість нейтрального опису широти значення можемо виокремити оцінне наголошення на деформованості семантики (і концептуального змісту) слова *гламур* у сучасних дискурсивних практиках: *«зараз поняття гламур є дуже деформованим навідміну від свого оригінального тлумачення. чуючи слово гламур у всіх відразу ви-*

никає асоціація із нинішніми псевдо-RnB, намальованими чіксами і т.д., що само по собі викликає огиду. Насправді, саме значення слова – “чари”, “зачарований”. Воно має асоціюватись із шармом та привабливістю»² [http://rock.lviv.ua, 28.09.2009]. Дослідження показало, що це надзвичайно поширений вид метамовних коментарів. У зв’язку з цим маємо також твердження про неадекватність слова як номінативного знака й добір власної номінації для референта, виразно оцінної, дисфемістичної: «Ну, аналіз гламуру в мене короткий: в Україні його немає. Чому **свистопляска вульгарності** отримала назву “гламур”, для мене загадка» [http://ua.glavred.info, 26.10.2007]. Також потужне прагматичне навантаження несе опис іншої номінативної ситуації, де знак проектується на абсолютно невідповідний референт: «Слово “гламур” стало настільки популярним, що тепер навіть у забитому селі можна зустріти корову з кличкою “гламурна”» [http://protruskavets.org.ua, 02.03.2011].

У багатьох прикладах можна зустріти апеляції до специфічно українського розуміння гламуру – маркування тієї ж таки викривленості фрагмента в національній картині світу: «Слово гламур прийшло в Україну декілька років тому і стало показником не професійності чи харизми людини, а всього-на-всього зовнішнього вигляду і стилю життя. **В країні, де більшість населення походить родом або з села, або з міських комуналок, гламур став міркою швидкої слави чи швидко зароблених грошей**» [http://gk-press.if.ua, 08.07.2010]. Основним рівнем у втіленні такої рефлексії є, звичайно, лексичний (наголошення на значенні слова й особливостях його вживання), але своєрідного символічного значення може набувати навіть фонетика національної мови: «**М’яке фрикативне “г”, український фірмовий звук, над яким так люблять посміятися росіяни, дає нам деякі додаткові виразні можливості. Він гарантовано спрощує будь-яке неукраїнське слово, робить його простонародним і трішки найвним. Гламур по-українськи починається саме з цього звуку**» [там само].

Нейтральну констатацію широкозначності в оцінну площину переводить цілковите розмиття семантики, і тоді мовець визначає гламур як симулякр, заперечуючи можливість дати дефініцію, прояснити значення, а отже, адекватно вживати слово в серйозній комунікації. З інтерв’ю з лідером гурту «ТІК» Віктором Бронюком: «[Журналіст:] – “ТІК” – гурт гламурний? [Бронюк:] – А що це таке гламур? От говорять “це гламурно”, це “не гламурно”, а що це таке – сказати не можуть. Це як совість, ніхто її не бачив, але всі про неї говорять» [www.doba.cv.ua, 27.11.2008]. І хоча формально такі твердження подібні до тих, у яких мовець відсторонено описує використання лексем у мовній спільноті, проте насправді він ставить регулярну дискурсивну практику цієї спільноти (говорять) під сумнів, заперечує усталену категоризацію і цим позиціонує себе в дискурсі. Зрештою, оцінний компонент тут і в тому, що слово-симулякр є комунікативно й когнітивно непридатним, що й акцентується в мовленні особистості.

2. Інший прийом побудови оцінного метамовного судження (що корелює з п. 2 в частині І) – це не просто виділення соціогрупи, для вживання якої характерне слово гламур, а наголошення певних соціально-естетичних рис цієї групи і різке відмежування від неї. Андрій Кузьменко так пояснив власну сатиричну пісню «Гламур»: «“Гламур” – це відповідь таким “діячам” шоу-бізнеса, як Андре Тан, наприклад.

² В усіх прикладах зберігаємо стилістику й написання оригіналу.

На питання, що таке гламур, він відповів: “Ну, Кузьма, гламур – это я. А ты вот – отстой”. Люди його типу знайшли собі таке слово мудре, щоб кидати простим людям мішуру в очі, і таким чином загородити себе китайською стіною і винести себе в *касту* *зверх-людей*. Так званих *людей боземи*. Але так не є, тому що вони просто напросто нічого не добилися на поприщі якихось приземлених професій і вирішили податися у шоу-бізнес, бо там можна бути ніким, а стати – всім» [http://zhzh.info, 13.06.2007]. Або: «Зараз в моді «файне наше Галицьке слово» – гламур! А хто мені пояснить що воно насправді означає? Мабуть, мало хто..... Та і сам я не знаю!))) А тепер подумайте! Навіщо так хизуватися тим словом, якщо більшість не знає з чого і звідки воно виплило, і що за собою несе... **Шановні дівчата! Всі хто називає себе ГЛАМУРНИМИ!** Не думайте, якщо ви себе так возвеличили, то ви одразу стали вище всіх..... Я б вам порадив краще розуму набратись і гордість свою попустити трішки» [http://in-chat.com.ua, 30.05.2007]. Легко помітити, що останньому прикладі поєднано дві ознаки, на які спирається метамовна рефлексія про гламур (відповідні вербальні структури виділено).

В усіх цих випадках (п. 2) ідеться про світоглядні аспекти, а з огляду на тісний зв'язок їх із мовною одиницею вони стають дискурсивними і слугують дискурсивному позиціонуванню. Мовець окреслює свій дискурс і дискурс чужих, при цьому варто звернути увагу, що він може по-різному комунікативно поводитись: цілковито відмежовувати себе від чужих (Андрій Кузьменко); вести діалог із чужим з метою скоригувати його погляди та вербальну поведінку (звернення до гламурних дівчат); нарешті, звернутися до партнера по комунікації з метою залучити його до свого дискурсу, а не чужого: «Нікому ніколи не кажи слово “гламур”. Його вбили ось ці дурнуваті куцострижені білявки із жуйкою в зубах, маасковським акцентом та відвертою порнушністю намальованих колгоспниць у китайських “дольчегабанах”» [http://blog.melnik-ua.com, 26.08.2008].

3. Прецедентні імена можуть використовуватись і в оцінних метамовних висловах, виконуючи ту саму когнітивну функцію, але інакше: якщо в нейтральних судженнях вони просто несуть інформацію, відсилають до певних знань, то в оцінних репрезентують «правильний» фрагмент знань проти «неправильного»: «гламур ... це не слово з словника .. і не рожєво блискучі барбі... гламур це Одрі Хепберн це Кока [sic!] Шанель... це Грета Гарбо ...» [http://wap.usuef.forum24.ru].

Наступні пункти моєї класифікації оцінних метамовних засобів, на відміну від попередніх, прямо не корелюють із пунктами з частини I статті, але є так само важливими й характерними.

4. Зіставлення семантики слова *гламур* або лексем із його словотвірного гнізда з іншими з метою прояснити точну концептуалізацію й заперечити хибну. Фрагмент із комунікації на форумі: «**пузик**: нате самий гламурний аватар у мене, і фотка своя!!! **Spine**: Олег! гламурный – это не значит голубой!... сколько раз тебе уже повторять? **пузик**: потрудись і переклади з французької слово гламур!!! потім може додасться трохи розуму. а ти коли називаєш когось голубим отримувєш мабуть велике задоволення. може ти просто стидаєиш свого гейською Я і переводиш на козось іншого. я не голубий!» [http://cybportal.univ.kiev.ua, 09.01.2007]. У цьому прикладі семантика двох лексем розмежована досить чітко для обох мовців, їхня

концептуалізація збігається, розходження маємо лише в оцінці позамовної реалії (аватарки) та в номінативній доречності слова *гламурний*. А от в іншому веб-діалозі виникає дуже цікава ситуація, коли мовленнєве зближення двох лексем співрозмовник сприймає як їх мовну синонімізацію і висловлює своє позитивне ставлення до цього: «**читадтч**: Простенько и немного гламурненько. Спасибо. **Каша Сальцова**: *alleluia. ваш коментар – це ознака, того що слово “гламур” стало синонімом “не-вибагливості”. Ну нарешті!*» [<http://blogs.telekritika.ua>, 22.12.2009]. Це також дискурсивне позиціонування: виникла ситуація є для мовця бажаною і свідчить про його ціннісні пріоритети, що наочно втілюються на ґрунті синтагм і лексико-семантичних відносин.

5. Сценарії. В принципі, у когнітивному аспекті вербалізація сценаріїв виконує ті самі функції, що й уживання прецедентних імен, але в досліджуваному матеріалі апеляцію до сценаріїв виявлено тільки в оцінних контекстах, наприклад: «*Vegas* [назва клубу] і слово “гламур” – це для мене дико. Який гламур може бути, коли 15 річні дівчатка випивши бутилку пива ходять п’яними і кричать які вони гламурні. І підчепивши якогось дурачка старшого, стараються ще більше це доказати. Та це ж смішно» [<http://forum.te.ua>, 14.03.2009].

6. Ще одну групу оцінних метамовних коментарів складають вислови, у яких домінує суто емоційний компонент. Як правило, тут вербалізуються негативні емоції: «*Не знаю, як вас, але мене дістало гламурне слово “гламур”*» [<http://frikilivejournal.com>, 27.10.2006]; «*А мені і слово Гламур неподобається, від цього слова бювати хочеться*» [<http://cfs.if.ua>]; «*не треба зациклюватись на цьому мега слові.. мені наприклад воно взагалі не подобається у використанні... ізжога в мене від нього*» [<http://gazeta.univ.kiev.ua>, 14.03.2008]; «*В мене на слово “гламур” алергія*» [www.for.lviv.ua, 10.10.2007]. Тенденція до використання фізіологічних метафор дуже показова (слово є негативним подразником мовної особистості подібно до тих реалій, що можуть бути подразниками людини як істоти фізичної). Негативна оцінка іррадіюється на слово, безперечно, від негативної оцінки реалій, концепту і прецедентних феноменів, із ним пов’язаних: «*Слово гламур просто не виношу. Завжди асоціація з баришнями занадто обвішаними біжутерією і на шпильках у яких в житті лише дві проблеми: що вдягти і як нафарбуватись*» [<http://pritorokiev.ua>, 07.12.2006]; «*пафосне слово “гламур” вже давно у багатьох нормальних людей викликає тільки зневажливий напад сміху і образ Сергія Зверева в голові*» [<http://valko.net.ua>, 12.08.2010]. Асоціації, хоч і втілюються вербально, ведуть усе ж до позамовних реалій – образів зі споглядального досвіду. Проте існує й мовний аспект, який детермінує саме емоційну форму висловлювання і посилює негатив, – це частота й поширеність уживання власне слова в певних дискурсах. Інколи це також експлікується: «*Включи телевізор. Відкрий журнал (бажано не “Садівник” чи “Сільський вісник”, хоча...). Вийди на вулицю і послухай розмови людей. Нащо? Прислухайся, вчитайся або вдивись яке поняття вони найчастіше вживають. Не сумніваюсь, що це буде слово гламур. Гламур зараз оточує нас з усіх боків. Проникає у кожен міліметр матерії життя. Пронизує кожну навіть найменшу клітинку організму. ЗАМАХАЛО!!! Замахало все що пов’язане з цим словом, а таких об’єктів дууууже багато*» [<http://mortoepimon.blog.ru>, 24.03.2008]. Експансія слова *гламур* може

супроводжуватися творенням індивідуальних образів, що стають також складниками метамовного рівня висловлювання і мовної свідомості: «Схоже, багатозначне й ароматне, як імпортна жуйка, слово “гламур” так стрімко завойовує простори нашої слов’яної, що без нього вже не обходиться не те що кожна презентація, а й власне презентований об’єкт» [http://forum.lvivport.com].

Здійснений аналіз показує, що властивості концепту ГЛАМУР у сучасну добу активізують метамовну рефлексію в аеляції до нього. Як у самому цьому концепті емоційно-оцінний складник часто переважає поняттєвий, так і в метамові питома вага рефлексивів нейтрально-описового різновиду невелика порівняно з тими, які експлікують оцінки та емоції носія мови. Крім того, уживання імені концепту — слова *гламур* — виразно маркує дискурс, до якого належить мовець або той, про кого говориться. Тож і метамовна рефлексія оцінно-емоційного типу здебільшого слугує дискурсивному позиціонуванню мовця.

Література

1. Безугла Р. І. Гламур : етимологія терміна та специфіка його використання / Р. І. Безугла // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : [зб. наук. пр.] [Електронний ресурс]. – К. : Міленіум, 2011. – Вип. XXVII. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/api/2011_27/3.pdf.

2. Безугла Р. І. Концепт «гламур» у науковому та публіцистичному дискурсах / Р. І. Безугла // Культура і сучасність : альманах [Електронний ресурс]. – К. : Міленіум, 2011. – № 2. – С. 81–86. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kis/2011_2/17.pdf.

3. Блюменталь И. Трансформации некоторых англицизмов в современной русскоязычной прессе / Ия Блюменталь // Acta Neophilologica VIII. – Olsztyn, 2006. – С. 71–77.

4. Бураковская В. А. Концепт «гламур» в массовом развлекательном нарративе / В. А. Бураковская // Грани познания : электронный научно-образовательный журнал ВГПУ. – 2011. – № 3 (13), декабрь. – Режим доступа : <http://grani.vspu.ru/files/publics/1325061545.pdf>.

5. Гарюнова Ю. О. Мовні засоби вираження іронії в кінокритичних текстах / Ю. О. Гарюнова // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – 2011. – № 936 : Сер. Філологія. – Вип. 61. – С. 33–37.

6. Гундорова Т. «Сільський гламур» і глобалізаційний кіч / Т. Гундорова // Дзеркало тижня. – 2010. – № 26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dt.ua>.

7. Иванов Д. Глэм-капитализм / Д. Иванов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.apn.ru/publications/article21195.htm>.

8. Казими́рова І. А. Асоціативна аура концепту «гламур» / І. А. Казими́рова // Мова і культура. – К. : Вид. дім Д. Бураго, 2009. – Вип. 11. – Т. X (122). – С. 23–27.

9. Новиков В. Словарь модных слов / В. Новиков. – М. : Зебра Е, 2005. – 158 с.

10. Окунева И. О. Концепт «красота» в русском и английском языках : автореф. дисс. ... канд. филол. наук / И. О. Окунева. – М., 2009. – 24 с.

11. *Попко Л. П.* Концепт «гламур» в языковой картине мира и его языковое выражение / Л. П. Попко // Концепти та концептосфери : колективна монографія. – Дніпропетровськ : Пороги, 2009. – С. 102–117.

12. *Пристайко Т. С.* О стильном iPod'е замолвите слово... (оценочная лексика в рекламе высокотехнологической продукции) / Т. С. Пристайко // Вісник Дніпропетровського університету. Сер. «Мовознавство». – 2010. – Вип. 16 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Movozi/2010_16/article/43.pdf.

13. *Селиверстова Л. П.* Лингвокультурный типаж «звезда Голливуда» : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук / Л. П. Селиверстова. – Волгоград, 2007. – 19 с.

14. *Смурова Л. И.* Гламур – актуальный лингвокультурный концепт современного общества потребления / Л. И. Смурова // Держава та регіони. Сер. Гуманітарні науки. – 2010. – № 1–2. – С. 25–31.

15. *Точиллов К. Ю.* Гламур как эстетический феномен: генезис и исторические модификации : автореф. дис. ... канд. филос. наук / К. Ю. Точиллов. – М., 2011. – 23 с.

16. *Douglas G.* What is Glamour? / Gordon Douglas // *mu.dot : magazine for urban documentation – opinion – theory* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.monu.org>.

17. *Gundle S.* Glamour : A History / Stephen Gundle. – N. Y. : Oxford Univ. Press, 2008. – 464 p.

Tryfonov R. A. Role of Metalanguage in the Verbalization of Concept ГЛАМУР (glamour)

The speechfragments under consideration explicate the properties of word "гламур" (glamour) as a concept name or show the speakers' attitude to this language sign, its nominative possibilities and functioning in the discourse. The materials are taken from internet media andforums.

Key words: metalanguage, language personality, evaluation, concept, semantic assimilation of adoptions.

Трифонов Р. А. Роль метаязыка в вербализации концепта ГЛАМУР

На материале интернет-медиа и форумов рассмотрены речевые фрагменты, в которых субъекты высказываний эксплицируют свойства слова «гламур» как имени концепта, передают свое отношение к языковому знаку, его номинативным возможностям и функционированию в дискурсе.

Ключевые слова: метаязык, языковая личность, оценка, концепт, семантическое освоение заимствований.