

ТИПЫ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ И ИХ ЦЕННОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ (на примере лингвокультурных типажей «щеголи» в английской и русской лингвокультурах)

А.Д. Ефимова

Аннотация. В статье проанализировано содержание понятия «этнокультурная ценность» концепта; описаны основные типы лингвокультурных концептов на основе их ценностных характеристик и особенности их перехода из одной культуры в другую. В результате анализа лексикографических источников и текстов и когнитивной обработки полученных данных выявлены особенности национальных и транснациональных лингвокультурных типажей щеголей, выделены основные закономерности их появления и эволюции. Установлено, что любое понятие повседневной жизни имеет культурную маркированность, при переходе в иную культуру сохраняет культурный фон, который отражает правила, нормы, законы, убеждения, мировоззрение, национальный характер и менталитет того или иного этноса и приобретает черты, определяемые своеобразием принимающей культуры.

Ключевые слова: лингвокультурный концепт, этнокультурная ценность, лингвокультурный типаж, концепт прецедентной личности, предметный концепт, квази-концепт, транснациональный концепт.

Для цитирования: Ефимова А.Д. Типы лингвокультурных концептов и их ценностные характеристики (на примере лингвокультурных типажей «щеголи» в английской и русской лингвокультурах) // Преподаватель XXI век. 2023. № 1. Часть 2. С. 390–403. DOI: 10.31862/2073-9613-2023-1-390-403

390

THE TYPES OF LINGUOCULTURAL CONCEPTS AND THEIR VALUE CHARACTERISTICS (On the Example of Linguistic and Cultural Types “Dandies” in the English and Russian Linguistic Cultures)

A.D. Efimova

Abstract. The article analyzes the content of the concept “ethno-cultural value” of the concept; describes the main types of language and cultural concepts on the basis of their value characteristics and the features of their transition from one culture to another. As a result of the analysis of lexicographic sources and texts and cognitive processing of the received data the features of national and transnational linguocultural

© Ефимова А.Д., 2023



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

types of dandy were revealed, the main regularities of their appearance and evolution were singled out. It was defined that any concept of everyday life has a cultural marking, when moving to another culture preserves the cultural background, which reflects the rules, norms, laws, beliefs, worldview, national character and mentality of this or that ethnic group and acquires the features determined by the peculiarity of the host culture.

Keywords: *language and cultural concept, ethno cultural value, linguocultural type, concept of precedent personality, object concept, quasi-concept, transnational concept.*

Cite as: Efimova A.D. The Types of Linguocultural Concepts and Their Value Characteristics (On the Example of Linguistic and Cultural Types “Dandies” in the English and Russian Linguistic Cultures). *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2023, No. 1, part 2, pp. 390–403. DOI: 10.31862/2073-9613-2023-1-390-403

В настоящее время, поскольку язык изучается в тесной связи с сознанием и культурой, появляются все новые концептуальные исследования. Однако, несмотря на многочисленные исследования, нет единого понимания термина «концепт», его структуры и содержания.

Данная статья направлена на уточнение содержания и структуры базового лингвистического понятия «концепт» и описание типов лингвокультурных концептов относительно наличия в них ценностного компонента. В статье рассматривается ряд вопросов: каковы критерии значимости концепта в той или иной культуре; как определить его ценность; есть ли единицы, культурно не маркированные; как меняется содержание концепта и его ценностная составляющая при переходе из одной культуры в другую.

Новизна исследования определяется изучением соотношения понятий «ценность», «значимость» и «оценка» концепта и выявлением способов их языкового отражения; анализом места ценностного компонента в структуре концепта; установлением степени выраженности этнокультурной ценности и значимости разных типов концептов в той или иной культуре; описанием влияния своеобразия социокультурного фона на содержание и ценностные характеристики национальных и транснациональных концептов

на примере исторических типов щеголей в русской и английской лингвокультурах.

При всем многообразии существующих в лингвистике определений концепта можно выделить два основных подхода к его пониманию. Для иллюстрации первого подхода приведем определение Е.С. Кубряковой, В.З. Демьянкова, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузиной из «Краткого словаря когнитивных терминов»: «Термин, служащий объяснению единиц ментальных и психических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знания и опыт человека; оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы языка мозга (*lingua mentalis*), всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [1, с. 90]. Концепт воспринимается как результат познания действительности и ее осмысления, базовая структура сознания, в которой хранится информация о мире. Исследователи указывают, что существуют разные типы концептов по структуре и степени абстрактности: конкретно-чувственный образ, представление, схема, понятие, прототип, пропозициональная структура, фрейм, сценарий, гештальт, категория, когнитивная матрица [2, с. 52].

В лингвокультурологии и лингвоконцептологии получил широкое распространение второй подход: концепт

воспринимается как «сгусток культуры» (Ю.С. Степанов) [3], «семантическое образование, отмеченное лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующее носителей определенной этнокультуры» (В.А. Маслова) [4, с. 47]. В.И. Карасик рассматривает культурные концепты как «многомерные смысловые образования, являющиеся точками пересечения ментального мира человека и мира культуры» [5, с. 4]. С.Г. Воркачев определяет лингвокультурный концепт как воплощение культурного концепта языковыми средствами и отмечает следующие его признаки: многомерность, иерархичность и этноспецифичность [6, с. 63]. М.В. Пименова изучает концепт с нескольких точек зрения, сочетает первый и второй подход в понимании концепта: «Концепты — это единицы концептуальной системы в их отношении к языковым выражениям, в них заключается информация о мире», «Концепт — это означенный в языке национальный образ, понятие, символ, осложненный признаками индивидуального представления», «Концепт — это некое представление о фрагменте мира или части такого фрагмента, имеющее сложную структуру» [7, с. 129]. В определении И.А. Стернина и З.Д. Поповой отражаются различные характеристики концепта, его зависимость от общественного сознания: «дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей мыслительного кода, обладающее относительно упорядоченной внутренней структурой, представляющее собой результат познавательной деятельности личности и общества и несущее комплексную, энциклопедическую информацию об отражаемом предмете или явлении, об интерпретации данной информации общественным сознанием и отношении общественного сознания к данному явлению или предмету» [8, с. 24].

Второй подход к пониманию концепта объединяет восприятие данного термина не только как единицы мышления, но и как культурной ячейки, отражающей ценностные ориентиры общества.

Согласно мнению В.И. Карасика, одним из признаков ценности концепта является его значимость, которая раскрывается через номинативную плотность: «Номинативная плотность той или иной тематической группы слов, детализация наименования, выделение смысловых оттенков являются сигналом лингвистической ценности внеязыкового объекта» [5, с. 117]. Однако в основном она дает возможность судить об актуальности концепта. Оценочные эпитеты в большей степени позволяют судить об оценке, чем о ценности концепта. Исследователь отмечает, что ценностная картина мира связана с идеологией, верованиями, потребностями в том или ином обществе. Ценности могут быть индивидуальными, микрогрупповыми, макрогрупповыми, этническими и общечеловеческими [там же, с. 116–117]. Они могут быть внутренними или детерминироваться общественными нормами; иметь прагматическую или морально-нравственную основу, быть зафиксированными письменно или храниться в виде представлений о правильном и неправильном, быть обязательными (закрепленными законодательно, например, ценность жизни, свобода личности и ее неприкосновенность) или регламентироваться обществом (например, вызывает общественное осуждение громкий разговор по телефону в транспорте). Согласно мнению С.Г. Воркачева, «ключевым в культурологическом и лингвокультурологическом подходе к концепту является, прежде всего, понятие духовной ценности: общественные представления о добре и зле, прекрасном и безобразном, справедливости, смысле истории и

ценности человеческой жизни» [9]. В.И. Карасик, считает, что ценность концепта может выявляться через оценочные высказывания, соотносимые с «юридическими, религиозными, моральными кодексами, общепринятыми суждениями здравого смысла, типичными литературными и фольклорными сюжетами» [5, с. 117]. Как отмечает В.А. Маслова, наиболее важные концепты культуры неоднократно повторяются в произведениях искусства [4, с. 59].

Рассмотрим разные типы концептов, обладающих той или иной степенью культуроспецифичности. Для обозначения наиболее значимых, устойчивых и постоянных концептов культуры Ю.С. Степанов вводит понятие «константы» и создает «Словарь констант русской культуры», количество которых в разных культурах может составлять 40–50 базовых концептов [10, с. 6]. В.И. Карасик данные концепты называет культурными доминантами, отмечая, что их совокупность образует тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке, т. е. именно культурные доминанты играют ведущую роль в определении своеобразия той или иной культуры. Он указывает, что список таких доминант может быть бесконечным, а сами доминанты эволюционируют и трансформируются вместе с развитием культуры, принимают различные оболочки, приобретают или утрачивают те или иные признаки [5, с. 121]. Данные культурные доминанты могут включать как универсальные концепты, так и культурно специфические, как абстрактные, так и предметные концепты, как прецедентные, так и генерализованные концепты. Их объединяет отражение ценностных ориентиров, приоритетов, норм, убеждений, идеологии, морали культурной общности и, следовательно, обладание этнокультурной значимостью.

Культурные доминанты — это своеобразный компас каждого члена общности, определяющий взгляды, поведение, стереотипы, отношение к людям и окружающему миру, «визитная карточка» культуры, основа национальной картины мира.

На самом нижнем уровне шкалы можно расположить так называемые квази-концепты, которые связаны чаще всего с предметными или материально-предметными денотатами, концептами научных областей и не имеют этнокультурной ценности [там же, с. 178]. Между квази-концептами и культурными доминантами располагаются концепты, которые обладают разной степенью выраженности значимости и ценности в том или ином сообществе, однако они не являются «ядром культуры». К ним относятся «отраженные концепты», которые несут отпечаток норм культуры другой страны. Такими могут быть некоторые концепты профессий, активно входящие в русскую лингвокультуру из западной, но не укоренившиеся в ней.

Остановимся более подробно на разных типах концептов относительно присутствия в той или иной культуре и степени их уникальности. Концепты с ярко выраженной этнокультурной спецификой, связанные с какими-либо реалиями той или иной страны, традициями и обычаями, праздниками и др. (концепт «масленица», концепт «святки»), в восприятии носителей иной культуры могут потерять свою значимость и уйти на периферию концептуального сознания, оставив либо самые общие родовые ассоциации (праздник, традиция), либо отдельные признаки, часто не основные, дифференциальные, когда информанты затрудняются указать специфику праздника. В иной культуре такие концепты в основном не имеют коммуникативную релевантность и хранятся в свернутом

виде в форме пассивных знаний (информационных структур).

Универсальные или общечеловеческие концепты есть у каждого народа и связаны с основными вопросами бытия (Бог, любовь, добро, зло, свобода и т. д.) и познанием окружающего мира (дождь, ветер, солнце, луна и т. д.). Данные концепты имеют общую инвариантную часть и этнокультурные компоненты. В.А. Маслоу пишет: «При одинаковом наборе универсальных концептов у каждого народа существуют особые, только ему присущие отношения между этими концептами, что создает основу национального мировидения и оценки мира» [4, с. 74]. Как отмечают исследователи, ласковое солнце в России — это совсем не то, что палящее солнце в азиатских странах [11]. Можно отметить разную степень значимости универсальных концептов в той или иной культуре и разное к ним отношение. Носители лингвокультуры не только выделяют уникальный набор признаков того или иного концепта, но и одни и те же признаки по-разному соотносятся, входя в ядро или периферийную часть концепта.

Отдельное внимание следует уделить предметным концептам. Мнение по поводу данных концептов разных ученых разделяется. Так, С.Г. Воркачев утверждает, что их нельзя считать концептами: «Из числа концептов исключаются не только мыслительные образы конкретных реалий, но и такие «примитивные смыслы», как, например, модально-оценочные операторы» [9]. В.И. Карасик считает, что к предметным концептам можно отнести те ментальные образования, которые имеют культурные связи и ассоциации у носителей, например, концепт «матрешка» [5, с. 102]. Вероятно, к ним же можно отнести концепты «баня», «изба», «гармонь», «деревня» и др. Они имеют

этнокультурную соотнесенность с русской культурой, фигурируют в песнях, стихотворениях, художественных произведениях и картинах, включают оценочные характеристики и метафорические переносы и сравнения.

Рассмотрим категориальные классификации концептов, в которые вошли концепты с разной степенью этнокультурной ценности. В.А. Маслоу выделяет следующие группы концептов: мир, стихии и природа, представления о человеке, нравственные концепты, социальные понятия и отношения, эмоциональные концепты, артефакты, концепты научного знания и концепты искусства [4, с. 75–76]. Более детально типология концептов представлена М.В. Пименовой. Она выделяет базовые концепты, концепты-релятивы, показывающие отношения среди концептов, и концепты-дескрипторы, позволяющие квалифицировать базовые концепты. Среди базовых концептов есть универсальные (например, метеорологические, биологические, соматические), обладающие этнокультурной спецификой (пищевые, ландшафтные, социального статуса). Она описывает группу предметных концептов и артефактов, включая в нее такие концепты, как «строение», «завод», «фабрика», «конвейер», «механизм», «инструмент», «посуда», которые не несут этнокультурной ценности с точки зрения присутствия в той или иной культуре, поскольку во всем мире существуют и соответствующие предметы, и их номинации, и сходные представления об их внешнем виде, функционировании. Однако данные концепты могут иметь различную ценность и значимость в той или иной культуре.

Мы считаем, что любые понятия обыденной жизни обладают лингвокультурной маркировкой и передают определенную информацию о ее носителях. Проиллюстрируем на примере импорта концептов.

При переносе любого типа концептов в принимающую лингвокультуру происходит их встраивание в новую концептосферу, соотнесение с уже существующими ментальными структурами, образование новых связей. При сопоставлении первичного концепта в отдающей и вторичного концепта в принимающей лингвокультурах становится очевидно, что уникальный культурный фон, включающий исторические, политические, географические особенности развития страны, отражается во всем многообразии концептов и их связей.

Концептуализация может проводиться двумя способами: по уникальности и на основе генерализации. Большая часть концептов формируется «при переходе от индивидуальных явлений, ситуаций, процессов к их отождествлению путем определения общих признаков и абстрагирования от частных» [12, с. 116]. Вторая группа концептов образуется на основе прецедентности — концепты прецедентных личностей, прецедентных миров и т. д. Данные концепты обеспечивают экземплификацию объектов и событий, утверждают уникальность и культурную значимость индивидуального объекта [там же, с. 116]. Например, описывая концепты и метаконцепты прецедентных личностей, Г.Г. Слышкин указывает, что любая личность образует концепт, поскольку есть возможность вариативности ее наименований, тем самым выражая отношение к данной личности [там же, с. 117]. Так, в концептах прецедентных личностей он выделил три слоя: уровень внеличностной концептуализации, уровень самоконцептуализации, уровень социальной концептуализации [там же, с. 117–122].

Существует группа концептов личностей, которые воплощают народные идеалы, ценности (герои) или, наоборот,

нежелательные модели поведения (антигерои). Данные концепты подвергаются вторичному осмыслению и оценке, развивают способность номинировать определенные типы людей на основе выделения тех или иных признаков. Так, В.А. Маслова среди национальных «героев» и «антигероев» выявляет Обломова (обломовщина), дядю Степу, Бабу-Ягу [4, с. 50]. Ю.С. Степанов к ним добавляет Кощея Бессмертного и Буратино [10]. В.И. Карасик отмечает, что если происходят ассоциации с культурно значимыми смысловыми рядами, то можно говорить о культурной значимости уникальных объектов, обозначаемых именами собственными, например, концептов вымышленных героев или событий, нашедших отражение в литературе, живописи, кинематографе [5, с. 102]. Концепты литературных героев могут, например, образовывать Е. Базаров (роман «Отцы и дети»), Е. Онегин (роман «Евгений Онегин»), Манилов («Мертвые души»), Печорин (роман «Герой нашего времени»), Штирлиц и др., которые становятся прототипами нигилиста, скупого человека, лишнего человека, разведчика, являются эталоном для сравнения.

Рассматривая более подробно концепты людей, помимо концептов прецедентных личностей, можно выделить концепты, которые воплощают определенные стереотипы поведения той или иной группы (социальные типы), обладающие характеристиками, например, по профессиональной принадлежности (*бизнесмен, учитель, банкир, ученый*), национальной и этнической принадлежности, месту жительства (*русский, чукча, англичанин, ирландец, москвич, еврей, казак, индеец*), социальному статусу (*аристократ, ремесленник, купец, крестьянин, колхозник, рабочий, царь*), образу жизни и убеждениям (*рыцарь, меценат, паломник,*

комсомолец) и т. д. Концепты, которые во-брали с себя уникальные черты национального характера и менталитета и наиболее яркие представления о классе людей в разные исторические эпохи, являются лингвокультурными типажам: *денди, леди, джентльмен, эксцентрик (чудак), джентри, нобилити* — в английской лингвокультуре; *ковбой* — в американской; *юродивый, гусар, казак, декабрист, интеллигент, стилига* — в русской лингвокультуре; *гризетка, буржуа* — во французской. Каждый из данных типов личностей характеризуется определенным кодексом поведения, узнаваемостью, воплощением значимых ценностей общества, признанием его роли в историческом процессе. Для его описания используют методику создания лингвокультурных типажей, учитывающую пол, возраст, гендерную принадлежность, образование и воспитание, социальный статус, вербальное и невербальное поведение, характеристики и убеждения, образ жизни и т. д.

Развитие любых концептов детерминруется культурой. Ценности общества на протяжении всей истории определяют специфическую комбинаторику признаков того или иного концепта за время его эволюции, уникальную окрашенность в разных странах. Сопоставление концептов дает возможность выявить важнейшие приоритеты общества.

Например, проследим историю типов щеголей в разных странах. Одним из распространенных типов щеголей конца XVIII века во Франции были петиметры (дословно «маленький господин») — изначально люди, которые во время французской революции выступали против кардинала Мазарини (дословно «большого господина» — “le grand maître”). После окончания революции это наименование закрепилось за легкомысленным щеголем,

который уделяет чрезвычайно большое внимание внешнему виду. В русской литературе данный лингвокультурный типаж воспринимается сатирически, например, у Д.И. Фонвизина и И.А. Крылова, чему способствует и внутренняя форма слова («господинчик»), и неумное подражание иностранным модам: «Поднявшись в полдень, он натирал лицо мазями, душился одеколоном, причем весьма неумеренно <...>, затем пудрил, румянил губы, подводил брови и даже налепливал на лицо мушки» [13; 14].

В начале XIX века законодательницей моды для многих европейских стран стала Англия в связи с наполеоновскими войнами. Именно в этот период там зародился новый тип щеголя, чье появление было обусловлено, прежде всего, изменением в сословном строе и появлением людей, которые хотели выделиться не за счет происхождения, а за счет собственных заслуг, особенностей национального характера англичан. Это была идеология моды и философия поведения, бунт против устоявшихся норм и традиций. Идеалы дендизма выражались в творчестве поэтов-романтиков. Именно денди изобрели черный мужской костюм в современном понимании. В России существовал национальный вариант дендизма, который ориентировался на литературный персонаж Евгения Онегина как эталон для подражания. Перечислим некоторые его характеристики: *невозмутимость, хладнокровие, сарказм, прекрасный вкус, элегантность, индивидуализм, независимость, жизнетворчество, оппозиционность и т. д.* В советское время дендизм в России был под запретом и ассоциировался с «недобитой» интеллигенцией [15].

В начале XX века в России пришел из Франции новый лингвокультурный типаж — пижон, хотя само слово было известно еще в XIX веке. Изначально

лексема использовалась для обозначения доверчивого неопытного молодого человека, которого легко обмануть (по внутренней форме «пижон» — «голубь»). Позже во Франции слово «пижон» часто употреблялось шутливо или иронично по отношению к людям, которые изо всех сил стараются выделиться, покрасоваться перед дамами. Лингвокультурный типаж «пижон» пережил несколько эпох, поэтому его трудно соотносить с определенным стилем в одежде. «Пижона» определяют, прежде всего, по поведению. Согласно лексикографическим данным и анализу интернет-сайтов его лингвокультурный портрет может включать характеристики человека модного, щегольского вида, ухоженного, склонного к самолюбованию, из богатой семьи, однако не желающего прилагать усилия ради достижения цели, делающего все напоказ, создающего нужный образ и желающего быть в центре внимания. В словарях отмечают, что оценка может быть неодобрительная, а употребление разговорное [13; 16].

Лингвокультурный типаж «стиляга» зародился в Советском Союзе конце 40-х годов и обрел свое обозначение в 1949 году, оформившись с помощью ироничного суффикса «-га» по аналогии с доходягой, работягой и т. д., в очерке «Стиляга», в котором получил негативную оценку автора. Данный типаж имел ориентацию на западные образцы, отличался стремлением выделиться, показать свою индивидуальность, что было противоположно советским ценностям. За бунтарский дух его называли денди советской эпохи. Особенно часто подвергались насмешкам яркие костюмы и платья стиляг, любовь к зарубежным песням и танцам. Пик популярности стиляг пришелся на период «оттепели». В словарях даются его следующие определения: «Молодой человек, слепо следующий крикливой моде»,

«человек, для которого характерны утрированно модный стиль одежды и вызывающие, не соответствующие общепринятым нормам манеры и вкусы (с оттенком неодобрения)», т. е. в современном обществе стал неактуален социокультурный фон середины XX века и признаки концепта, с ним связанные. В настоящее время слово «стиляга» можно употребить по отношению к любому человеку, который носит слишком яркую и нестандартную одежду, необычные прически, эпатирует общество [13; 17; 18].

Самое трудно интерпретируемое слово — «щеголь». Любой словарь определяет тот или иной исторический типаж модника, прежде всего, через понятие «щеголь», которое является наиболее общим родовым понятием. Это неудивительно, поскольку слово «щеголь» исконно русское (по названию птицы «щегол» — птицы с ярким оперением) употреблялось для обозначения модников еще в XVIII веке. «Занимательный этимологический словарь» отмечает: «Когда человек прихорошится, приоденется, его называют щеголем. А еще говорят, что он перышки почистил. Как про птицу какую-нибудь» [19]. Данный типаж имеет особенность трансформации вместе с изменением типов щеголей, отражая исторические тенденции, а лексема может частично или полностью замещать значения слов группы «модник». В словарях он определяется в самом общем виде: «Тот, кто нарядно, изысканно одет, франт», «тот, кто имеет пристрастие к дорогим, изысканным нарядам», «человек, нарядно одетый, имеющий пристрастие к дорогим, изысканным нарядам» [13]. По смысловым оттенкам ближайшим английским аналогом слова «щеголь» является «for», однако по внутренней форме лексема отличается. Она образовалась от германского «дурачить» и с 1670 года слово стало

относиться к человеку чрезвычайно приятно в манерах и наружности, вероятно, введенного в потребление людьми, которые считали дурачеством уделять много времени таким пустым вещам, как мода [20; 21]. Именно данное слово является наиболее общим, родовым в английском языке, хотя часто для наименования любого щеголя часто используется “dandy”.

В английской лингвокультуре ранними версиями лингвокультурного типажа «щеголь» были “coxcomb” и “beau”. Согласно “Online Etymological Dictionary” слово “coxcomb” было известно еще в Средние века и является трансформацией словосочетания “cokkes comb”, изначально «гребешок петуха». С 1560-х годов имеет значение «колпак, который носили профессиональные шуты», далее произошел метонимический перенос на самого человека, с 1570-х годов используется для обозначения щеголей с коннотацией «тщеславный, недалекий человек, интересующийся только внешностью, одевающийся крикливо». Имя прилагательное, образованное от него, Джонсон воспринимает как слово низкого стиля, недостойное употребления [20]. В русском языке аналогов данного слова нет, переводится оно как «самодовольный хлыщ, фат», отражая устойчивую отрицательную коннотацию, закрепленную за данным словом [21, с. 259].

Лингвокультурный типаж “beau” связан с модой XVIII века, был воспринят английской культурой из французской, считается ранней версией «денди», а позже становится аналогом типажа «денди» (существует прозвище первого денди “Beau Brummel”). Слово “beau” вошло в английскую лингвокультуру в 1720 году в значении «дамский угодник» от французского “beau garçon” (приятный молодой человек) [20]. В русской лингвокультуре данное слово воспринято не было,

соответственно, не выделяется отдельно соответствующий лингвокультурный типаж. Среди русскоязычных переводов присутствуют оба значения: «кавалер, поклонник» и «щеголь, фронт» [22, с. 102].

Некоторые концепты являются настолько специфическими, что остаются в рамках своей культуры, отражая особенности реалий данной страны, незнакомые представителям иной культуры. Например, в английской лингвокультуре для обозначения такого типажа употребляется устаревшее слово “toff”, использовавшееся для обозначения богатых людей из высшего класса и известное с 1851 года [21]. В сленге низшего класса лексема имеет значение «стильный модник, человек, роскошно одевающийся», изначально она относилась к студентам Оксфорда и Кембриджа по названию кисточек на их шапках [20]. В русском языке значение слова объясняется при помощи лексем «джентльмен» и «фронт»; “the toffs” — «сливки общества» [22, с. 1315].

В русской лингвокультуре таким национально-маркированным словом является исконное слово «хлыщ» (по аналогии с «хрущ», «клещ», «хвощ» и т. д.), производное от «хлыст», «хлыстать» — «шататься, бродить без дела». Оно имеет значение «тунеядец, бродяга, трепло, шалопай, бездельник, повеса, кутила», пришедшее в литературный язык из простонародного. В «Истории слов» В.В. Виноградова отмечается, что хлыщи стали известны в 30–40 годах XIX века благодаря целой серии очерков И.И. Панаева, высмеивающего их нахальство, дерзость. Писатели прослеживают разницу между «отчаянным поклонником моды» и «хлыщем», помешанным на чинах и любящим пускать пыль в глаза [23; 24].

В настоящее время некоторые лингвокультурные типажи полностью забыты, а слова-номинанты являются устаревшими.

Другие лингвокультурные типы не являются узнаваемыми и в восприятии современного человека различаться не будут, например, пижон, щеголь, франт. Отдельные лингвокультурные типы могут ассоциироваться с определенным стилем в одежде, другие данные ассоциации потеряли и обозначают модника, человека, следящего за своим внешним видом. Так, в толковых словарях даются самые общие определения синонимов, которые часто не могут показать специфику того или иного слова, и необходим анализ текстовых массивов и исторических данных для выявления различий между словами. Лексемы синонимического ряда «щеголь» могут звучать иронично: «Ну ты и щеголь/пижон/франт!» и приобретают отрицательную коннотацию «недалекий, бесполезный, праздный, ничего не стоящий, тщеславный человек» («жалкий пижон») из-за чрезмерного внимания к внешнему виду, совмещенного с внутренней пустотой.

Отметим некоторые особенности лингвокультурных типов щеголей и модников:

1. Лингвокультурные типы щеголей, возникая в разных странах, получили распространение во всей Европе. Следовательно, моду можно воспринимать как транснациональное явление, передающееся из одной культуры в другую, поэтому в русской лингвокультуре большинство слов-наименований щеголей являются заимствованиями.

2. Возникновение каждого типа щеголя являлось откликом на изменение социально-исторических условий, отражало черты национального характера и менталитета, общественные взгляды и отношения, социальную структуру общества, воплощало культурные ценности.

3. мода находится в тесной взаимосвязи с мировоззрением человека. Для

разных лингвокультурных типов щеголей характерен определенный стиль в одежде и манеры как внешние проявления ценностей или антиценностей.

4. Будучи представителями элиты, щеголи представляли доминантные социальные и этнокультурные типы и становились эталоном для подражания, могли определять кодекс поведения в обществе или бороться с порядками и устоями.

5. Восприятие того или иного типа щеголя в иной культуре одновременно обозначало и восприятие соответствующих ценностей, которые могли конфликтовать с ценностями имеющейся культуры или представлять антиценности.

6. Отношение к лингвокультурным типам щеголей варьировалось в разные периоды в зависимости от социально-политической обстановки и самих характеристик щеголей. Оно могло быть положительным или негативным, ироничным или шутливым.

7. Своеобразие воспринимающих культур определяло появление национальных вариантов того или иного вида щегольства, принятие его или отторжение. В отдельные исторические периоды в разных странах быть денди, стилигой, петиметром значило противостоять существующим устоям.

8. Все типы щеголей проходили трансформацию, эволюционировали представления о них, изменялось и отношение к ним. В настоящее время границы между тем или иным типом щеголя стираются, некоторые типы щеголей перестали существовать, другие претерпели трансформации.

9. Формирование представлений о типах щеголей тесно связано с прецедентностью, поскольку многие типы сохраняют ассоциации с конкретными историческими личностями или художественными образами, наиболее известными в той или иной

культуре. Вокруг таких прототипов происходит концептуализация представлений о лингвокультурных типажах. Прототипы могут быть разными в той или иной культуре, воспринимаются как эталон для подражания. Например, прототипом денди для англичанина может быть Дж. Браммелл или Дж.Г. Байрон; для русского человека первая ассоциация с денди происходит со строками А.С. Пушкина из романа «Евгений Онегин».

10. Можно выделить три группы лингвокультурных типажей щеголей. Некоторые лингвокультурные типажи являются национальными, поскольку тесно связаны с культурными реалиями конкретной страны и не актуальны для представителей других культур. Другие преодолевают национальную замкнутость, переходят в иные культуры и становятся транснациональными. Третьи типажи могут иметь аналоги, однако различаются по дополнительным признакам, оценкам и внутренней форме.

11. Все лингвокультурные типажи имеют общее содержательное ядро — метасему «хорошо одеваться, следить за своей внешностью». Однако в современной лингвокультуре принципиальные различия в большинстве случаев наблюдаются не во внешности, а в поведении и жизненных принципах разных типов щеголей, что сказывается на их оценке.

Сделаем вывод о национальном своеобразии всех типов лингвокультурных типажей и уникальности культурных условий их зарождения и существования, исторического пути и эволюции в каждой стране.

В заключение исследования отметим, что нами были выделены два основных подхода к восприятию концепта. С точки зрения первого подхода всякое ментальное понятие является концептом, который может быть представлен в виде структур, отражающих разные способы осмысления мира (концепты-понятия, концепты-фреймы, концепты-образы и т. д.). При втором подходе лингвокультурный концепт должен обладать этнокультурной ценностью, которая включает значимость (вариативность средств номинации и частотность употребления, словообразовательное гнездо), оценки (эпитеты, метаязыковое комментирование слова и метатексты, осмысливающие данный концепт) и собственно ценности (этические и эстетические нормы, законы, правила поведения, порядки и традиции и т. д.). Наибольшей концентрацией этнокультурной ценности характеризуется культурная доминанта. Можно утверждать, что любой концепт обладает в той или иной степени этнокультурной маркированностью. Если концепт является универсальным или транснациональным, то он включает базовую инвариантную часть и этнокультурный компонент (сочетаемость и комбинаторику признаков в ядре и на периферийной зоне концепта, внутреннюю форму слова, когнитивную деривацию, метафорические и метонимические переносы, ассоциативные связи с другими концептами, символизацию, наличие прецедентных личностей и прецедентных текстов).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина; общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Филологический факультет МГУ, 1996. 245 с.
2. *Болдырев, Н.Н.* Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику: курс лекций. Тамбов: ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014. 236 с.

3. *Степанов, Ю.С.* Концепт. URL: <http://www.philologos.narod.ru/concept/stepanov-concept.htm> (дата обращения: 30.08.2022).
4. *Маслова, В.А.* Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие. М.: Флинта: Наука, 2004. 293 с.
5. *Карасик, В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
6. *Воркачев, С.Г.* Семиотика лингвокультурного концепта и терминосистема лингвокультурной концептологии // Язык, коммуникация и социальная среда. 2014. № 12. С. 50–69.
7. *Пименова, М.В.* Типы концептов и этапы концептуального исследования // Вестник КемГУ. 2013. Т. 2. № 2 (54). С. 127–131.
8. *Попова, З.Д., Стернин, И.А.* Семантико-когнитивный анализ языка: монография. Воронеж: Истоки, 2007. 250 с.
9. *Воркачев, С.Г.* Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа. Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2002. 142 с.
10. *Степанов, Ю.С.* Константы: словарь русской культуры. Изд. 3-е, испр. и доп. М.: Академический проект, 2004. 992 с.
11. *Стернина, М.А., Стернин, И.А., Попова, З.Д.* Лакуны и концепты в аспекте национальной специфики языка и мышления // Русский язык как иностранный. Теория. Исследования. Практика. СПб., 2004. С. 8–23.
12. *Слышкин, Г.Г.* Лингвокультурные концепты и метаконцепты: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2004. 323 с.
13. Словари и энциклопедии на Академике. URL: <https://dic.academic.ru/> (дата обращения: 30.08.2022).
14. Толковый словарь Ушакова. URL: <https://gufo.me/dict/ushakov> (дата обращения: 30.08.2022).
15. *Ефимова, А.Д.* Формирование, становление и трансформация лингвокультурного концепта «дендизм» в английской и в русской лингвокультурах. Орехово-Зуево: ГГТУ, 2021. 168 с.
16. Что такое «пижон»? Откуда появилось слово, и что оно означает. URL: <https://yandex.ru/turbo/fb.ru/s/article/299690/chto-takoe-pijon-otkuda-poyavilos-slovo-i-chto-ono-oznachaet> (дата обращения: 30.08.2022).
17. Национальный корпус русского языка. URL: https://processing.ruscorpora.ru/search.xml?env=alpha&api=1.0&mycorp=&mysent=&mysize=&mysentsize=&dpp=&spp=&spd=&mydocsize=&mode=main&lang=ru&sort=i_grtagging&nodia=1&text=lexform&req=%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8F%D0%B3%D0%B0 (дата обращения: 30.08.2022).
18. «Стиляги» — история субкультуры. URL: <https://diletant.media/articles/26699480/> (дата обращения: 30.08.2022).
19. *Голь, Н.М.* Занимательный этимологический словарь. URL: https://etymology_gol.academic.ru/383/%D1%89%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%8C (дата обращения: 30.08.2022).
20. Online Etymological Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com> (дата обращения: 30.08.2022).
21. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 30.08.2022).
22. Большой англо-русский словарь / сост. В.К. Мюллер, А.Б. Шевнин, М.Ю. Бродский. Екатеринбург: У-Фактория, 2007. 1536 с.
23. Толковые и этимологические словари. URL: <https://talkdict.ru/shansky/%D1%85%D0%BB%D1%8B%D1%89> (дата обращения: 30.08.2022).

24. *Виноградов, В.В.* История слов, 2010. URL: <https://slovaronline.com/browse/ba9c2acb-08f1-3ad1-8d81-5c77d817bd5a/%D1%85%D0%BB%D1%8B%D1%89> (дата обращения: 30.08.2022).

REFERENCES

1. *Kratkij slovar kognitivnyh terminov* [A Concise Dictionary of Cognitive Terms], ed. by E.S. Kubryakova. Moscow, Filologicheskij fakultet Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta, 1996, 245 p. (in Russ.)
2. Boldyrev, N.N. *Kognitivnaya semantika. Vvedenie v kognitivnuyu lingvistiku: kurs lekcij* [Cognitive Semantics. Introduction to Cognitive Linguistics: A Course of Lectures]. Tambov, Tambovskij gosudarstvennyj universitet imeni G.R. Derzhavina, 2014, 236 p. (in Russ.)
3. Stepanov, Ju.S. *Koncept* [Concept]. Available at: <http://www.philologos.narod.ru/concept/stepanov-concept.htm> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
4. Maslova, V.A. *Vvedenie v kognitivnuyu lingvistiku: uchebnoe posobie* [Introduction to Cognitive Linguistics: Study Guide]. Moscow, Flinta, Nauka, 2004, 293 p. (in Russ.)
5. Karasik, V.I. *Jazykovoju krug: lichnost, koncepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. Volgograd, Peremena, 2002, 477 p. (in Russ.)
6. Vorkachev, S.G. *Semiotika lingvokulturnogo koncepta i terminosistema lingvokulturnoj konceptologii* [Semiotics of the Linguocultural Concept and the Terminological System of Linguocultural Conceptology], *Yazyk, kommunikaciya i socialnaya sreda* = Language, Communication and Social Environment, 2014, No. 12, pp. 50–69. (in Russ.)
7. Pimenova, M.V. *Tipy konceptov i etapy konceptualnogo issledovaniya* [The Types of Concepts and the Stages of Conceptual Structure Analysis], *Vestnik KemGU* = Bulletin of Kemerovo State University, 2013, vol. 2, No. 2 (54), pp. 127–131. (in Russ.)
8. Popova, Z.D., Sternin, I.A. *Semantiko-kognitivnyj analiz jazyka* [Semantic and Cognitive Analysis of Language]. Voronezh, Istoki, 2007, 250 p. (in Russ.)
9. Vorkachev, S.G. *Koncept schastya v russkom yazykovom soznanii: opyt lingvokulturologicheskogo analiza* [The Concept of Happiness in the Russian Language Consciousness: The Experience of Linguistic and Cultural Analysis]. Krasnodar, Kubanskij gosudarstvennyj tekhnologicheskij universitet, 2002, 142 p. (in Russ.)
10. Stepanov, Ju.S. *Konstanty: Slovar russkoj kultury* [Constants: Dictionary of Russian Culture]. Moscow, Akademicheskij proekt, 2004, 992 p. (in Russ.)
11. Sternina, M.A., Sternin, I.A., Popova, Z.D. *Lakuny i koncepty v aspekte nacionalnoj specifiki jazyka i myshleniya* [Lacunae and Concepts in the Aspect of National Specificity of Language and Thinking]. In: *Russkij jazyk kak inostrannyj. Teoriya. Issledovaniya. Praktika* [Russian as a Foreign Language. Theory. Researches. Practice]. St. Petersburg, 2004, pp. 8–23. (in Russ.)
12. Slyshkin, G.G. *Lingvokulturnye koncepty i metakoncepty* [Linguocultural Concepts and Metaconcepts]: ScD Dissertation (Philology). Volgograd, 2004, 323 p. (in Russ.)
13. *Slovari i enciklopedii na Akademike* [Dictionaries and Encyclopedias on the Academic]. Available at: <https://dic.academic.ru/> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
14. *Tolkovyj slovar Ushakova* [Ushakov's Explanatory Dictionary]. Available at: <https://gufo.me/dict/usakov> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
15. Efimova, A.D. *Formirovanie, stanovlenie i transformaciya lingvokulturnogo koncepta "dendizm" v anglijskoj i v russkoj lingvokulturah* [Formation, Evolution and Transformation of the Linguistic

and Cultural Concept of “Dandyism” in English and Russian Linguistic Cultures]. Orehovo-Zuevo, Gosudarstvennyj gumanitarno-tekhnologicheskij universitet, 2021, 168 p. (in Russ.)

16. *Что takoe “pizhon”? Otkuda pojavilos slovo, i chto ono oznachaet* [What is a “Pigeon” (Dude)? Where Did the Word Come From, and What Does It Mean?]. Available at: <https://yandex.ru/turbo/fb.ru/s/article/299690/chto-takoe-pijon-otkuda-poyavilos-slovo-i-chto-ono-oznachaet> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
17. *Nacionalnyj korpus russkogo jazyka* [National Corpus of the Russian Language]. Available at: https://processing.ruscorpora.ru/search.xml?env=alpha&api=1.0&mycorp=&mysent=&mysize=&mysize=&dpp=&spp=&spd=&mydocsize=&mode=main&lang=ru&sort=i_grtagging&no dia=1&text=lexform&req=%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8F%D0%B3%D0%B0 (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
18. *“Stiljagi” — istoriya subkultury* [“Stilyagi” — the History of Subculture]. Available at: <https://diletant.media/articles/26699480/> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
19. Gol, N.M. *Zanimatelnyj etimologicheskij slovar* [An Entertaining Etymological Dictionary]. Available at: https://etymology_gol.academic.ru/383/%D1%89%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%8C (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
20. *Online Etymological Dictionary*. Available at: <https://www.etymonline.com> (accessed: 30.08.2022).
21. *Cambridge Dictionary*. Available at: <https://dictionary.cambridge.org> (accessed: 30.08.2022).
22. *Bolshoj anglo-russkij slovar* [The Great English-Russian Dictionary], comp. V.K. Muller, A.B. Shevnin, M.Y. Brodsky. Ekaterinburg, U-Faktoriya, 2007, 1536 p. (in Russ.)
23. *Tolkovyje i etimologicheskie slovari* [Explanatory and Etymological Dictionaries]. Available at: <https://talkdict.ru/shansky/%D1%85%D0%BB%D1%8B%D1%89> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)
24. Vinogradov, V.V. *Istorija slov, 2010* [The History of Words, 2010]. Available at: <https://slovaronline.com/browse/ba9c2acb-08f1-3ad1-8d81-5c77d817bd5a/%D1%85%D0%BB%D1%8B%D1%89> (accessed: 30.08.2022). (in Russ.)

Ефимова Анна Дмитриевна, кандидат филологических наук, доцент, кафедра английского языка, Государственный гуманитарно-технологический университет, lady-ann2792@yandex.ru

Anna D. Efimova, PhD in Philology, Associate Professor, English Language Department, State University of Humanities and Technology, lady-ann2792@yandex.ru

Статья поступила в редакцию 31.08.2022. Принята к публикации 25.11.2022

The paper was submitted 31.08.2022. Accepted for publication 25.11.2022