



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра английского языка и литературы

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

На тему Лингвокультурологическая специфика концепта
«beauty/красота» в английском и русском языках

Исполнитель Байрамгельдыева Людмила Андреевна

(фамилия, имя, отчество)

Руководитель профессор, д.ф.н.

(ученая степень, ученое звание)

Пименова Марина Владимировна

(фамилия, имя, отчество)

«К защите допускаю»

Заведующий кафедрой 

к.ф.н., доцент

(ученая степень, ученое звание)

Родичева Анна Анатольевна

(фамилия, имя, отчество)

«24» 12/2020 г.

Санкт-Петербург

2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. КОНЦЕПТ КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ.....	8
1.1. Языковая картина мира как взаимосвязь языка и культуры в аспекте лингвокультурологии	8
1.2. Термин «концепт» в рамках современной лингвистики и лингвокультурологии	15
1.3. Признаки и типы лингвокультурологического концепта	22
1.4. Характеристика структурных составляющих термина «концепт» с точки зрения современной лингвистики	29
1.5. Основные подходы к изучению концепта в современной лингвистике	34
1.6. Классификация переводческих трансформаций, используемых при переводе лингвокультурологического концепта.....	39
Выводы по Главе 1.....	42
ГЛАВА 2. ПРАКТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОНЦЕПТА “BEAUTY” (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА COSMOPOLITAN НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ).....	45
2.1. Краткая характеристика англоязычного онлайн-журнала Cosmopolitan.....	45
2.2. Мотивирующие признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале Cosmopolitan.....	46
2.3. Понятийные признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале Cosmopolitan.....	55
2.4. Образные признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале Cosmopolitan.....	72
2.5. Символические признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале Cosmopolitan.....	76
2.6. Перевод статей журнала Cosmopolitan и лингвистический комментарий.....	80
Выводы по Главе 2.....	91
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	95
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	99

ВВЕДЕНИЕ

В аспекте современного языкознания лингвисты уделяют большой интерес изучению взаимосвязи языка и культуры. Исследование специфики концепта, представляющего собой совокупность языка и культуры, имеет важное значение для определения особенностей, присущих тому или иному сообществу (общности). На современном этапе этот вопрос является предметом изучения таких научных дисциплин, как лингвокультурология, литературоведение, когнитология и др.

Этими факторами обусловлен повышенный интерес к исследованию семантического наполнения языковых единиц. В современной научной литературе проводится активный анализ лексического состава языка в его неразрывной связи с человеческим сознанием, мышлением и культурой. В лексике языка особое место «занимают образные языковые единицы, в которых наблюдается наиболее точное отражение культурных ценностей» [Абатуров 2018, с. 4].

На современном этапе развития языкознания антропоцентрическое видение данной проблемы признается доминирующей. Исследования ученых прежде всего направлены на определение и описание не только структуры языка и ее функций, но и на выявление механизмов того, как указанная структура представлена в человеческом сознании, что именно является причиной подобной ее организации в языке. В связи с данным обстоятельством такая дисциплина, как когнитивная лингвистика, получила мощный толчок к своему развитию. Ведущим направлением данной области является рассмотрение номинативных единиц с точки зрения представления ими концептуальных структур, маркированных национально-культурными особенностями. На основе данного подхода понятие концепта выходит на первый план.

Актуальность исследования. В настоящей работе исследуется специфика концепта “beauty”, представленного в статьях англоязычного журнала Cosmopolitan. Данный концепт является одним из ключевых показателей поведения человека, будучи включенным в состав эстетики в качестве ее основного научного концепта (под названием «прекрасное»). Также следует отметить, что особенности понимания красоты с точки зрения популярного издания (журнала Cosmopolitan) до сих пор вообще не рассматривались в отечественной и зарубежной лингвистике, что обуславливает **актуальность** данного исследования. Анализ характеристик концепта “beauty” на понятийном, мотивирующем и образном уровнях позволяет более четко определить систему культурных ценностей современного английского общества.

Научная гипотеза данного исследования заключается в том, что эстетическая оценка представляет собой комплексное явление, находящее свое выражение в языке с помощью различных средств, обладающее при этом определенной структурой. Также предполагается, что имеют место специфические свойства эстетической оценки, которые могут быть выделены и классифицированы с помощью методов лингвистического анализа. Предполагается, что этнокультурные особенности эстетической оценки обусловлены лингвокультурологическими приоритетами поведения.

Объект исследования – английский концепт “beauty” в современной английской лингвокультуре.

Предмет исследования заключается в изучении лексической специфики данного концепта на мотивирующем, понятийном, образном и символическом уровнях его структуры в рамках его репрезентации в англоязычном журнале Cosmopolitan.

Цель исследования состоит в комплексном анализе концепта “beauty” в английском языковом сознании.

Цель исследования обусловила постановку следующих **задач**:

- 1) провести теоретический обзор языковой картины мира с точки зрения взаимосвязи языка и культуры в аспекте лингвокультурологии;
- 2) дать определение термина «концепт» в рамках современной лингвистики и лингвокультурологии;
- 3) выделить мотивирующие признаки английского концепта “beauty”;
- 4) охарактеризовать понятийные признаки в структуре английского концепта “beauty”;
- 5) описать образные признаки в структуре английского концепта “beauty”;
- 6) определить символические образные признаки в структуре английского концепта “beauty”;
- 6) проанализировать когнитивные признаки в структуре концепта “beauty” в мотивирующем, понятийном, образном и символическом аспектах на базе актуализации его признаков в журнале *Cosmopolitan*;
- 7) сформулировать выводы, основываясь на полученных в ходе исследования данных.

Теоретической базой исследования послужили работы таких ученых в области лингвистики и лингвокультурологии, как С.А. Аскольдов, В.П. Белянин, Н.Н. Болдырев, А.П. Бабушкин, И.В. Варух, С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.В. Красных, Г.А. В.В. Колесов, Крюкова, Е.С. Кубрякова, Д.С. Лихачев, В.А. Маслова, О.В. Орлова, М.В. Пименова, Н.В. Телия, С.Г. Тер-Минасова, Л.О. Чернейко, А.П. Чудинов, З.Д. Попова, И.А. Стернин, Г.Г. Слышкин, Ю.С. Степанов, А.А. Худяков и др.

Практический материал исследования представлен лексическими единицами с репрезентацией концепта “beauty”, полученными в ходе сплошной выборки из статей популярного журнала *Cosmopolitan* на английском языке (за 2020–2021 гг.).

В ходе работы использовались следующие **методы исследования**: описательный, сравнительно-сопоставительный, интерпретативный, метод компонентного анализа словарных дефиниций, индуктивный метод

обобщения информации и дедуктивный метод формулирования выводов, метод сплошной выборки, концептуальный метод, статистический метод.

Научная новизна исследования заключается в выделении конститутивных особенностей англоязычного концепта “beauty”, в определении универсальных и специфических признаков данного концепта в английской лингвокультуре в сопоставлении актуализации его структурных признаков на материале мотивирующей, понятийной, образной и символической групп с учетом специфики выражения этого концепта в статьях журнала Cosmopolitan.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что данное исследование вносит определенный вклад в такие области знания, как когнитивная лингвистика и лингвокультурология, уточняя особенности теоретических представлений о природе английского концепта “beauty”.

Практическая ценность проведенного исследования заключается в возможности применения его результатов в лекционных курсах общего языкознания, стилистики, лексикологии, психолингвистики, страноведения, в спецкурсах по лингвокультурологии, когнитивной лингвистике, социологии, а также на семинарских занятиях учащихся средних и высших гуманитарных учебных заведений.

Структурно работа представлена введением, двумя главами, заключением и списком научной литературы.

Во введении дается обоснование актуальности данной работы, выделяются предмет и объект исследования, определяется цель исследования и формулируются задачи, обусловленные указанной целью, а также перечисляются научные методы, использованные в ходе работы, формулируются теоретическая и практическая значимость исследования.

В первой главе рассматривается понятие языковой картины мира, дается определение термина «концепт», выделяются основные признаки, типы, структурные составляющие концепта как лингвокультурологического

феномена; также описываются основные подходы к изучению концепта в рамках современного языкознания.

Во второй главе на базе словарей и практического анализа статей журнала *Cosmopolitan* выявляются мотивирующие, понятийные и образные признаки, входящие в состав структуры концепта “beauty”.

В заключении подводятся итоги проведенного исследования.

ГЛАВА 1. КОНЦЕПТ КАК ОБЪЕКТ ИЗУЧЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ

1.1. Языковая картина мира как взаимосвязь языка и культуры в аспекте лингвокультурологии

Традиционно в языкознании ученым выделяются три модели постановки научных проблем и их решения, а именно: сравнительно-историческая модель, преимущественно имеющая отсылки к исследованиям XIX столетия, системно-структурная, основанная швейцарским языковедом Фердинандом де Соссюром (1857–1913), антропоцентрическая, происхождение которой относят ко второй половине XX века [Абатуров 2018]. Антропоцентрическая модель основана на смещении внимания исследователя с объекта на субъект познания, при котором интерес от внешних языковых проявлений языка переходит к внутренним [Там же]. То есть, согласно И.А. Дементьевой, «осуществляется анализ представленности человеческого индивида в языке и языка в индивиде» [Дементьева 2013, с. 30].

Антропоцентрическая модель явилась основой возникновения лингвокультурологии, ключевой вклад в разработку которой внесли такие теоретики, как В.В. Воробьев, Е.И. Зиновьева, В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Маслова, М.В. Пименова, И.А. Стернин, В.Н. Телия, Е.Е. Юрков, и др.

В.Н. Телия рассматривает данную научную дисциплину как составляющую этнолингвистики, которая анализирует «синхронное взаимодействие языка и культуры» [Телия 1996, с. 218].

Несколько иной точки зрения придерживается В.В. Красных, которая дает определение лингвокультурологии как «научной отрасли знания, предметом изучения которой являются проявление и запечатление культуры

в рамках языка, исследование национальной картины мира, специфики языкового сознания» [Красных 2002, с. 13].

По мнению Е.И. Зиновьевой, лингвокультурология представляет собой филологическую дисциплину, которая занимается «анализом различных приемов выражения знаний о мире носителей того или иного конкретного языка с помощью исследования речевой деятельности, дискурса, разноуровневых языковых единиц и т.д.» [Зиновьева 2016, с. 25–26].

В.А. Маслова [Маслова 2007, с. 23-24] в своей работе «Лингвокультурология» (2007) формулирует следующие основные тенденции этой области научного знания:

1. Лингвокультурология социального плана, с изучением конкретного лингвокультурного явления в рамках отдельного социального сообщества (группы);

2. Диахроническая лингвокультурология, с исследованием этапов развития взаимодействия языка и культуры за определенный исторический отрезок времени в контексте определенного этноса;

4. Сравнительно-сопоставительная лингвокультурология, использующая сравнительный метод при изучении языков и культур на основе языка;

5. Лингвокультурология лексикографического плана, в рамках которой организовано формирование различных справочников, лексикографических пособий и словарей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что лингвокультурология как относительно молодая область научного (филологического) знания занимается исследованием совокупности культурного потенциала, аккумулированного языковой личностью в рамках национально-культурного сообщества [Маслова 2007], с выявлением закономерностей развития, присущих тому или иному конкретному языку.

В последней четверти XX века в лингвисты (Н.Д. Арутюнова и др.) пришли к пониманию того факта, что носитель языка тождественно равен «носителю определенных систем тех или иных концептов» [Арутюнова 1976]. Согласно ученому, концепт представляет собой ментальную сущность, в которой отражена совокупность ключевых для человека сведений о мире, а концептуальная система формирует картину мира, которая является своеобразным зеркалом, отражающим представления человека об объективной действительности [Арутюнова 1976]. Когнитивная лингвистика – научная дисциплина, о которой упоминалось выше, занимается анализом языковой картины мира, а также изучает лексико-семантические поля концептов, вызывающих затруднения у специалистов в плане определения их точного значения. Несмотря на то, что когнитивная лингвистика является сравнительно молодой научной отраслью, областью, проблема языковой картины мира разрабатывалась еще в трудах немецкого лингвиста XIX столетия, одного из основоположников учения о языковой картине мира В. фон Гумбольдта, называвшего «язык нации органом ее уникального мировосприятия и мышления» [Гумбольдт 1984, с. 325],

В области отечественной лингвистической науки, особенно в последнее десятилетие XX века, разработкой вопросов, связанных с языковой картиной мира, занимались такие ученые Ю.Н. Караулов, являющийся автором теории о языковой личности, Г.В. Колшанский (работа «Объективная картина мира в познании и языке») (1990), Е.С. Яковлева (работа «Фрагменты русской языковой картины мира») (1994) и т.д. В настоящее время разработка идей по данной проблематике в области отечественной лингвистики обогатилась трудами таких выдающихся исследователей, как Ю.Д. Апресян, Н.Д. Арутюнова, А. Вежбицкая, Ю.С. Степанов, В.Н. Телия, и др.

Наиболее значимым для нас в этих работах является теоретическое обоснование того, что картина мира представляет собой «базисный компонент человеческого мировосприятия» [Нестерова 2014, с. 2356]. Как далее указывает Т.Г. Нестерова, язык является составляющей культуры,

которая переходит нам в наследство, «и вместе тем представляет собой ее орудие» [Там же]. Культура народа посредством вербализации фокусируется в языке, который фиксирует значимые концепты культуры, репрезентируя их в лексических единицах. Формируемая с помощью языка модель мира является субъективным изображением объективной реальности. Согласно мнению Ю.С. Степанова, указанная модель включает в себе особенности человеческого способа постижения мира, иначе говоря, несет в себе антропоцентризм, на базе которого покоится вся система языка. В соответствии с мнением ученого, анализ концептов в качестве «ячеек культуры» «помогает выявлению характерных черт мировоззрения народа, представлению картины мира на уровне нации и концепта, которая представлена в языковой картине» [Степанов 2001, с. 43].

Одним из наиболее точных определений языковой картины мира принадлежит Ю.Н. Караулову, по мнению которого «языковая картина мира представляет собой всю концептуальную совокупность конкретного языка» [Караулов 1987, с. 99–100].

Ю.Д. Апресян вводит понятие *наивной языковой картины мира*, в которой, согласно ученому, «с помощью естественного языка находят свое отражение способы мировосприятия и его концептуализации при условии, если ключевые языковые концепты составляют общую единую совокупность взглядов, обязательную и присущую всем носителям языка» [Апресян 1995, с.145–146].

В рамках лингвокультурологии подробное изучение взаимосвязи, существующей между языком и культурой, является основополагающим. Формулирование идеи наличия определенной связи между языком и культурой имело место еще в первой половине XIX столетия. Тем не менее, многоаспектность этого вопроса дает возможность находить все новые грани ее исследования. В различные периоды развития лингвистической науки наблюдалось «попеременное доминирование двух основных гипотез» [Санжина 2012, с. 210–212], а именно:

1. гипотеза отрицания взаимосвязи между культурой и языком;
2. гипотеза признания взаимосвязи между культурой и языком.

Сторонниками первой позиции признается, что язык и культура представляют собой феномены принципиально разные по содержанию и в функциональном плане. На современном этапе подобная точка зрения почти не поддерживается в научных кругах.

Основой возникновения второй гипотезы являются исследования немецкого лингвиста Вильгельма фон Гумбольдта, положившие начало европейской этнолингвистике. В. фон Гумбольдт в своей работе «О различии строения человеческих языков и его влиянии на духовное развитие человеческого рода» (1820–1822) одним из первых пришел к выводу о «существовании взаимосвязи между спецификой языка и особенностями этноса» [Касьяненко 2009, с. 210]. Ученый дал обоснование точке зрения относительного национального аспекта культуры, которая находит свое выражение в структуре языка посредством специфического мировосприятия [Там же]. Л.А. Енина [Енина 2007, с. 153] в работе «Лингвокультурный типаж «Британский премьер-министр» как предмет лингвистического изучения» (2007) выделяет следующие ключевые положения теории В. фон Гумбольдта:

- Язык – это продукт материальной и духовной деятельности народа (то есть, культуры);
- Народ – коллективный индивид;
- Каждый язык обладает своей специфической внутренней структурой, которая представляет собой выражение культуры;
- Язык является посредником между человеческим индивидом и объективной реальностью.

Более поздний период языкознания ознаменовался появлением «неогумбольдтианцев», ученых – последователей В. фон Гумбольдта, идеи которого в работах этих лингвистов нашли свое дальнейшее развитие и совершенствование. В отечественной лингвистике наиболее выдающимися

последователями идей В. фон Гумбольдта являются такие лингвисты, как Х. Штейнталь, А.Ф. Лосев, П.А. Флоренский, А.А. Потебня. Последний в своей работе «Мысль и язык» (1999) указывал на два основных языковых аспекта:

- организацию речевой деятельности;
- систему языка [Потебня 1999].

Согласно мнению В.А. Масловой, в современном языкознании и лингвокультурологии учеными сформулированы три подхода для решения вопроса, связанного с наличием взаимодействия культуры и языка [Маслова 2007].

Восприятие языка как отражения специфики культуры того или иного народа представляет собой основное положение первого подхода. В соответствии с формулировкой данного подхода между языком и культурой отсутствует взаимонаправленное влияние. Сторонники первого подхода полагают, что язык выступает в качестве простого «зеркала» культуры, без оказания на нее какого-либо воздействия [Касьяненко 2009].

Среди приверженцев второго подхода, прежде всего, следует назвать Ф. Боаса, Э. Сепира и Б. Уорфа как основателей американской теории этнолингвистики и лингвистической относительности (Б. Уорф). Указанными исследователями было обосновано положение об активном участии языка в процессе мыслительной деятельности и мировосприятия. По словам Б. Уорфа, «культура может быть определена с позиций того, что общество думает; тогда как язык представляет собой то, как общество думает» [Уорф 2003, с. 194].

Как упоминалось выше, американскими исследователями Э. Сепиром и Б. Уорфом была разработана теория лингвистической относительности, в соответствии с которой человек воспринимает окружающую действительность посредством своего родного языка. Э. Сепир указывает на то, что система языка, представленная в человеческом сознании, обуславливает способ мышления индивида, систематизируя те или иные категории феноменов, имеющих место в мире [Сепир 1993].

Согласно данной теории, язык рассматривается в качестве руководства, необходимого для восприятия объективной реальности. Как пишет в этой связи В.В. Красных, если учесть, что в каждом языке объективная реальность отражена по-разному, следовательно, существует разница и в «языковых картинах мира, имеющих собственный словарь и грамматическое построение» [Красных 2010, с. 659].

Суть теории лингвистической относительности Э. Сепира и Б. Уорфа может быть представлена в двух следующих ключевых положениях:

1. Способ мышления этноса обусловлен структурой языка, на котором говорит данный этнос;
2. Существует зависимость мировосприятия от конкретного языка, посредством которых мыслят познающие индивиды [Сепир 1993, Уорф 2003].

Следовательно, в контексте второго подхода во взаимосвязи культуры и языка ученые главную роль отдают последнему.

В научных кругах наиболее разработанным считается третий подход. В рамках данного подхода культура и язык неотделимы один от другого, представляют собой единую общность, основанную на постоянной взаимозависимости и взаимовлиянии [Кокарева 2013]. Одновременно с этим как культура, так и язык остаются полностью самостоятельными явлениями. Суть третьего подхода заключается в том, что язык рассматривается как составная часть культуры в силу того, что он является ключевым средством ее восприятия.

Ряд представителей научных дисциплин, смежных с лингвокультурологией, также в своих исследованиях не оставляют попыток уточнения вопроса взаимодействия языка и культуры.

На современном этапе такая дисциплина как культурология не предоставляет согласованного единства точек зрения на то, что есть культура и какие составляющие в нее входят.

Согласно П.И. Смирнову, в качестве компонентов культуры ученые выделяют самые разные составляющие: концепты, понятия, ценности, нормы, слова и др. В широком списке перечисленных категорий наибольший интерес с точки зрения лингвокультурологии представляют концепты и понятия. С лингвокультурологических позиций последние рассматриваются в качестве инструмента организации и систематизации окружающей действительности. Например, такие культурные понятия, как добро и зло (белое и черное, рай и ад), всегда противопоставлены друг другу, что зафиксировано так же в большом количестве культур. Таким образом, «данные культурные понятия отличает отношение противопоставления, что в свою очередь, фиксируется в языке» [Смирнов 2007, с. 15–16].

В соответствии с мнением Н.И. Толстого – основателя русской этнолингвистической школы, отношения взаимодействия и взаимовлияния, имеющие место между языком и культурой, достаточно устойчивы. Согласно ученому, семиотические функции присущи обоим явлениям, которые реализуются посредством единого терминологического корпуса (парадигматические отношения (то, что означает) и синтагматические (то, что должно быть означенным) [Толстой 1995].

На основе всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что проблема взаимодействия языка и культуры не находится в рамках одной научной области, в ее решении заинтересованы представители многих других дисциплин (антропологии, культурологии, этнолингвистики и др.) занятых изучением с различных исследовательских позиций взаимосвязи человеческого сознания (мышления) и окружающего мира.

Функционирование языка и культуры основано на постоянном взаимодействии между собой, где язык представляет собой, с одной стороны, результат культуры, с другой – ее неотъемлемую составляющую.

1.2. Термин «концепт» в рамках современной лингвистики и лингвокультурологии

Как и в других научных дисциплинах, в лингвокультурологической науке существует свой терминологический корпус, основным термином которого является «концепт».

Термин «концепт» в переводе с латинского слова *conceptus* («зачинание, «понятие») в русском языке был впервые использован в 1928 году С.А. Аскольдовым в работе под названием «Слово и концепт» (журнал «Русская речь»), где главной характеристикой концепта автор признает заместительную функцию.

Наиболее точное и полное определение понятия «концепт» принадлежит профессору Кемеровской школы концептуальных исследований М.В. Пименовой. В соответствии с точкой зрения ученого, «концепты представляют собой единицы концептуальной системы, содержащие в себе информацию об окружающей действительности. Данная информация соотносится с актуальным либо виртуальным состоянием мира, в концепте заключено представление индивидуума и общества в целом о фрагменте окружающего мира» [Пименова 2005, с. 16].

В лингвистике термины «концепт» и «понятие» часто относят к синонимам. Ряд ученых в качестве синонимов термина «концепт» используют также такие лексические единицы, как «значение», «образ».

Согласно Л.В. Поповой, термины «концепт», «понятие», «значение» имеют следующий ряд отличительных (и различительных) особенностей:

- понятие представляет собой выражение позиции (концепта) мыслящего индивида относительно предмета речи;
- понятие – составляющая концепта;
- концепт, с одной стороны, является продуктом восприятия и отражения окружающей реальности человеческим сознанием, а с другой стороны – результатом функционирования разных форм сознания;
- концепт и понятия не являются синонимами;

➤ в концепте заключена более общая сущность, чем в понятии, значении и образе [Попова 2013].

В связи с этим наиболее точной является позиция С.Г. Воркачева, который в своей работе «Концепт как «зонтиковый термин» (2003) выделяет три ключевые, по мнению автора, составляющие концепта, а именно: а) понятийную, б) ценностную и в) образную, определяя само понятие «концепт» в качестве «многоуровневого эвристического феномена, в котором сосредоточены по преимуществу три разнородных компонента, из которых только один обладает определяющим принципом» [Воркачев 2003, с. 6–7]. Согласно ученому, понятие передает концепту логичность (рассудочность) репрезентации смысла, от ценности (значения) «концепт заимствует фиксированность его имени в лексическом составе языка, образ (образность) наделяет концепт эмотивностью мировосприятия» [Там же].

Различные лингвокультурологические школы по-разному определяют термин «концепт». Как указывает И.А. Стернин, это обусловлено тем, что концепт представляет собой явление ментального (незримого) порядка, что дает основание для его широкой интерпретации [Стернин 2005]. Помимо этого, использование термина «концепт» осуществляется в таких научных дисциплинах, как культурология, математическая логика, психология, философия и др., что приводит к насаиванию определенных дополнительных смыслов на его интерпретацию.

Так, в своих работах Н.Д. Арутюнова толкует *концепт* в качестве философского понятия, которое представляет собой «продукт» взаимодействия таких социально-культурных и ментальных сфер как религия, фольклор, национальные обычаи и ценности и т.д. По мнению ученого, концепт представляет собой «аналог терминов, зафиксированных в составе языка и содействующих распространению духовных ценностей того или иного этноса [Арутюнова 1993, с. 4–6].

Согласно трактовке Л.Х. Самситовой, концепт является сформулированной репрезентацией «идеального понятия, в котором

заключено представление носителем языка об объективной реальности, что, в свою очередь, обусловлено обычаям и ценностями, присущими данной культуре» [Самситова 2014, с. 1374]. Помимо этого, ученый выделяет следующий ряд свойств, присущих понятию «концепт»: 1) устойчивость существования, 2) синкретизм (наличие совокупности нескольких разнородных смыслов), 3) образность, включенность в систему компонентов, составляющих основу данной культуры [Там же].

По мнению Г.В. Токарева, «концепт представляет собой составную часть концептосферы, которой свойственна историческая эволюция. В рамках культурно-семиотического подхода концепт представляется многосторонним элементом ментального плана, характеризующегося такими свойствами, как:

- зависимость от событий культурно-исторического порядка;
- наличие смысловой иерархии (то есть, ментальная структура, в которой представлены более простые смыслы образуют более сложные);
- объемность;
- гетерогенность содержания;
- выражение с помощью большого количества символов (знаковых представлений)» [Токарев 2009, с. 15].

С точки зрения И.А. Стернина, концепт представляет собой корпускулярное образование ментального порядка, которое выступает «базовой составляющей человеческого мышления, характеризуется устойчивой внутренней структурой, является результатом познавательной деятельности мыслящего субъекта (и общества), включает в себя глобальную информацию относительно предмета или явления, которые оно отражает, а также несет в себе толкование указанной информации в рамках общественного сознания» [Стернин 2005, с. 39].

Достаточно емкое, по нашему мнению, определение термина «концепт» дает В.А. Маслова в работе «Лингвокультурология» (2001), рассматривая концепт в качестве отдельного элемента картины мира в

рамках культуры, «характеризующегося значимостью как для языкового субъекта, так и для лингвокультурной общности в целом» [Маслова 2001, с. 51]. Основными культурными концептами ученый считает такие абстрактные понятия, как «родина», «совесть», «интеллигенция», «судьба» и т.д., указывая на то, что «изучение таких лексических единиц способствует более глубокому пониманию природы ключевых концептов, играющих важную роль в народном языковом сознании» [Там же].

М.П. Ефремова рассматривает концепт как лингвокогнитивный феномен, то есть как «представителя» психического (ментального) потенциала сознания человека и той информационно организованной структуры, в которой отражены человеческий опыт и знания. Концепт, по мнению исследователя, «это значимая мнемоническая единица психического лексикона, общей картины мира, которая находит свое отражение в человеческом сознании» [Ефремова 2019, с. 224].

Рассматривая природу концепта в контексте смежных с лингвокультурологией наук (например, таких, как лингвокогнитология, культурология, философия культуры), Д.А. Татарская, на наш взгляд, достаточно полно трактует термин *концепт*, обогащая его дополнительными смысловыми наслоениями, заимствованными из указанных дисциплин: «Концепт является культурно-историческим образованием, феноменом, возникшим в результате индивидуальной и коллективной деятельности народа, имеющим внутренне упорядоченную структуру, обладающим функцией глашатая культуры в межкультурной коммуникации. Концепт, воплощая в себе идею подхода междисциплинарного уровня, способен играть роль одного из основных средств постижения гуманитарной действительности на современном этапе» [Татарская 2014, с. 291].

Наиболее детальную характеристику базовых свойств концепта представил В.И. Карасик в своей работе «Антология концептов» (2007), ключевыми из которых, по мнению исследователя, являются:

- Комплексность, то есть, наличие различных форм отражения концептов (язык, живопись, музыка, архитектура и т.д.);
- Ментальность, то есть, основная область пребывания (бытования) концепта – человеческое сознание;
- Ценностная составляющая. Концепт в рамках лингвокультурологии сфокусирован, в отличие от других единиц человеческого мышления, на ценностном элементе культуры;
- Отсутствие четких границ. Все составляющие лингвокультурного концепта являются взаимопересекаемыми;
- Неустойчивость. Структура концепта подвержена постоянным изменениям;
- Ограниченность рамками сознания. Существование концептов в рамках индивидуального (отдельной мыслящей личности) и коллективного (этнокультурного, общественного) сознания;
- Наличие в структуре лингвокультурного концепта трех ключевых составляющих: а) понятийной, б) ценностной и в) образной, (о чем также упоминает С.Г. Воркачев, как уже указывалось выше);
- Возможность исследования концептов посредством лингвистических и экстралингвистических методов [Карасик 2007].

Согласно В.И. Карасик, основой построения классификации концептов могут выступать следующие категории: 1) широта репрезентации, 2) уровень универсальности (напр. концепт-универсалия, ментально-лингвальная комплексная категория, включающая себя, по мнению Е.В. Сергеевой [Сергеева 2006, с. 7], выражение вербального и невербального плана) [Там же].

Некоторые ученые (В.В. Колесов, А.В. Бастриков) описывают многоуровневую модель концепта со следующими семантическими категориями:

- 1) Лексическая единица с обозначением концепта;

2) Семантические свойства (атрибуты), присущие содержанию концепта;

3) Интерпретация концепта средствами метаязыка;

4) Этимология;

5) Совокупность значений (смыслов, образов, представлений), вызываемых данным словоупотреблением в синонимических парах или антонимических рядах контекста (концептуальная парадигма), в устойчивых словосочетаниях (фразеологические, идиоматические обороты и сочетания и т.д.) (концептуальная синтагма), в словообразовательных моделях (концептуальная эпидигма);

6. Функция концепта в системе культурных и общечеловеческих ценностей;

7. Прагматическая оставляющая концепта (совокупность поведенческих стереотипов, обуславливаемых концептом).

В настоящее время в лингвокультурологической науке представлено несколько позиций, связанных с вопросом структурного построения концепта. Все исследователи сходятся во мнении, что концепт, представляя собой структурную единицу, имеет несколько смысловых уровней, различных по степени сложности [Ефремова 2019].

На основании современных лингвокультурологических исследований выделяют три различных подхода, связанных с проблемой изучения структуры концепта. Разработка первого подхода представлена в трудах таких лингвистов, как Г.В. Токарев, Ю.С. Степанов.

В соответствии с точкой зрения Г.В. Токарева, в структуре концепта выделяются:

- уровень общечеловеческого значения (общий);
- уровень культурного значения (все, что свойственно той или иной культуре);
- уровень субкультурного значения (все, что свойственно тому или иному отдельному социуму) [Токарев 2009].

Согласно Ю.С. Степанову, концепт обладает следующими уровнями:

- уровень этимологии (внутренняя форма);
- уровень концептуальных свойств (признаков), ушедших в «пассив»;
- основной уровень [Степанов 2008].

Второй подход связан с разработкой теории семантического поля, в котором учеными выделяются ядро и периферийные смысловые зоны в структуре концепта.

В третьем подходе объединены точки зрения первого и второго подходов, где также описывается проблема выделения семантического ядра и ряда второстепенных понятийных зон (уровней), которые, в свою очередь, определяются с помощью изучения средств репрезентации данного смыслового (семантического) ядра.

На основе всего вышеизложенного можно сделать вывод, что наличие большого количества различных интерпретаций термина «концепт», отражающих его природу в достаточно полном объеме, свидетельствует о высоком уровне изученности природы сути этого понятия, что делает возможным приостановление дальнейшей углубленной разработки данной проблемы. Предполагается, что следующей целью лингвокультурологии может стать решение вопроса структурирования термина «концепт», то есть выявления факторов, составляющих основу такого структурирования, а также закономерностей представления когнитивных классификационных признаков с определением их особенностей.

1.3. Признаки и типы лингвокультурологического концепта

В настоящее время представители лингвокультурологических школ занимаются разработкой классификаций концепта, основу которых составляет изучение его природы, функций, структуры, различных признаков и проявлений. Как пишет О.И. Лыткина, ментальная сущность концепта

обуславливает создание множества самых разнообразных типологий, а именно: по уровню функциональности, по содержанию, по степени абстрактности, и др. [Лыткина 2010]. На это же указывает Ю.В. Богоявленская, говоря о том, что комплексная, абстрактная природа концепта вызывает необходимость в разработке большого количества «различных типологий с учетом его сути, характера, функций и т.д.» [Богоявленская 2013, с. 8].

Согласно В.А. Масловой, базовыми (ядерными) признаками лингвокультурологического концепта являются:

1) представленность концепта в качестве минимальной единицы человеческого представления о мире и опыта, которая репрезентируется посредством слова и обладает полевой структурой; 2) представленность концепта в качестве основной единицы хранения и передачи информации; 3) наличие у концепта нефиксированных границ и определенных функций; 4) представленность концепта в качестве социальной единицы, взаимосвязь ассоциативного поля концепта с его прагматическими целями; 5) представленность концепта в качестве ключевой единицы культуры [Маслова, 2007, 47–50].

М.В. Пименова предлагает классифицировать концепты по следующим признакам:

➤ по признаку принадлежности (к языку, этносу, культуре) – на исконные и заимствованные (как правило, индикатором заимствования служит заимствованная лексическая единица, репрезентирующая концепт);

➤ по признаку структурного построения – на продуктивные (активно развивающиеся концепты в рамках национальной концептосферы, с образованием новых признаков) и непродуктивные (концептуальные структуры, которые остановились в своем развитии, в формировании новых признаков, что, в первую очередь, связано с исчезновением реалий, обозначаемых данным концептом, переходом лексических единиц,

репрезентирующих концепт, из активного словарного состава в пассивный (архаизмы);

➤ по признаку устойчивости структуры концепта – на фиксированные (не подверженная трансформациям понятийная и ценностная составляющая структуры концепта) и нефиксированные (концепты, которые стали обозначать новые реалии по причине исчезновения референтов);

➤ по признаку первичности – на основные и деривативные (основные возникли раньше, послужившие основой появления дериватов (производных концептов);

➤ по признаку значимости – на ключевые (концепты, характеризующиеся большой частотностью использования в паремиологии, фольклорном фонде, в художественной литературе и т.д.) и второстепенные (концепты с меньшей частотностью употребления) [Пименова 2013, с. 213–214].

Типологию концептов так же предложил С.Г. Воркачев в работе «Лингвокультурный концепт: типология и области бытования» (2007), в которой ученый выделяет следующие группы концепты в зависимости от уровня абстракции их содержания: 1) концепты абстрактного ряда (ментефакты); 2) концепты с обозначением природных явлений, таких как осадки, космические тела и др. (так называемые натурфакты); 3) концепты предметного ряда (артефакты) [Воркачев 2007, с. 32]. Исследователь подразделяет концепты на такие категории как универсалии и символы, основанием для данной категоризации служит степень абстракции имен указанных концептов [Там же].

Согласно типологии, предложенной А.П. Бабушкиным в работе «Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка» (1996), все концепты подразделяются на:

1) концепт в форме картинки (то есть, образы, запечатленные в человеческом сознании (коллективном или индивидуальном));

2) концепт в форме схематического изображения (формирование картины мира на когнитивном и перцептивном уровнях, которые подразделяются с помощью лексических средств);

3) концепт-обобщение (то есть, определения, не несущие в себе никаких конкретных характеристик);

4) концепт-структура (совокупность ассоциативных сочетаний, хранимых в памяти народа и/или индивида);

5) концепт-скрипт, представленный в форме схематического выстраивания событий, стереотипных ситуаций, последовательность и взаимосвязь представленных в сознании событий, репрезентируемых словом;

6) концепт-эврика (озарение), предполагающий внезапное осмысление, постижение определенных взаимосвязей и структуры ситуаций, информация о внутренней структуре и функциональности того или иного предмета, представленная посредством слова как репрезентанта концепта;

7) концепт-калейдоскоп (продукт метафоризации, не имеющий фиксированных (устойчивых) ассоциативных сочетаний, так как он чаще всего представлен в различных видах: в виде картинок (образов), скрипта, структуры, схемы [Бабушкин 1996, с. 60–67].

Ю.С. Степанов в своей работе «Концепты. Тонкая пленка цивилизации» (2007) выделяет два типа концептов: концепты научные и художественные. Формирование научных концептов, согласно автору, осуществляется парами, тогда как художественные концепты «появляются абсолютно изолированно друг от друга (изоляты)» [Степанов 2007, с. 19–20]. В другой, более ранней работе «Константы: словарь русской культуры» (2001), ученый в лингвокультурном концепте выделяет собственно культурный концепт, который также подлежит типологии с учетом степени абстракции своего содержания. Так, культурный концепт Ю.С. Степанов подразделяет на: 1) автохтонный, т.е. независимый от значения своих выражений в языке, содержащий этнокультурные компоненты значения, и 2) универсальный, то есть, независимый от языковых выражений, который

выступает в качестве модели сравнения. В свою очередь, автохтонные концепты подразделяются, согласно мнению исследователя, на моногlossные (находящиеся в составе одного языка) и полигlossные (абстрагированные от лексем, заимствованных из разных языков) [Степанов 2001, с. 83–84].

Точка зрения С.А. Аскольдова на типологизацию концепта близка позиции Ю.С. Степанова. Так, ученый разрабатывает два типа концептов, обозначая их как познавательные и художественные. Первые, согласно мнению исследователя, «характеризуются общностью, вторые предполагают индивидуальность» [Аскольдов 1997, с. 271–274]. Как указывает ученый, любое художественное восприятие мира несет в себе субъективность, которая отражается в тексте конкретного автора. Другим существенным отличием познавательного концепта от художественного С.А. Аскольдов считает отсутствие в первом эмотивной сферы, то есть, чувств и эмоций, тогда как «в художественном концепте часто сочетаются как понятийная составляющая (представления), так и эмотивная, и волевая» [Там же].

На основании взаимосвязей, существующих между концептосферой носителя языка и лингвистическими категориями, Г.Г. Слышкин подразделяет концепты на два типа: а) концепт носителя языка и б) метаконцепт данного носителя языка. Как пишет ученый, «метаконцепт представляет собой продукт повторного процесса концептуализации, возникающего на базе первичного концептуализированного человеческого опыта, запечатленный в таких знаковых системах как язык, грамматика, дискурс, письменность, текст и др. Метаконцепты отражают результаты осмысления языковой личностью знаковой деятельности, в рамках которой она представлена либо в качестве субъекта, либо как объект (или в том, и в другом качестве одновременно)» [Слышкин 2004, с. 15].

Одновременно с этим Г.Г. Слышкин в лингвокультурологическом концепте выделяет следующие его типы:

1) равномерные концепты, способные обогащать интразону (признаки концепта с прямым значением) и экстразону (признаки концепта с переносным значением (паремии, фразеологизмы));

2) концепты на стадии сформированности, интразона которых остановилась в своем формировании, тогда как экстразона продолжает развиваться;

3) концепты на стадии развития (формирования), у которых еще отсутствует экстразона, но при этом интразона уже достаточно сформирована;

4) концепты-пределы, у которых интразона претерпевает постоянное расширение при полном отсутствии экстразоны вследствие того, концептуализированные понятия достигли предела абстракции;

5) концепты-рудименты, у которых утрачена интразона и которые присутствуют сами лишь в отдельных элементах сохранившейся экстразоны [Слышкин 2004, с. 67–73].

Теория о наличии в структуре концепта семантического ядра и периферийных слоев легла в основу типологизации Н.Ю. Шведовой, которая подразделяет концепты на большие (базовые) и малые. Малые концепты играют роль окружения базового концепта и выполняют функцию семантической конкретизации. Как указывает исследователь, «эти (малые) концепты представляют собой совокупность лексических единиц, объединенных с ключевым концептом общим понятием, но которые при этом лексически добавляют к данному понятию определенные значимые элементы. Данные элементы с функцией дополнения включены в малые концепты, что позволяет им расширить исходное определение концепта до уровня лингвокультурного феномена, обладающего широким набором дополнительных дефиниций» [Шведова 2006, с. 508].

Типология концептов, предложенная Н.Н. Болдыревым в работе «Концептуальное пространство когнитивной лингвистики» (2004), схожа с

классификацией А.П. Бабушкина, рассмотренной выше, хотя и включает в себя также дополнительные понятия (напр. гештальт):

1) ментальные картинки, представляющие собой продукт перцептивно-эмотивной деятельности человека;

2) схематический образ – отображение предметов/явлений в человеческом сознании в виде мысленного представления, очерченного контуром и пространством;

3) концепт как понятие, включающий в себя наиболее распространенные, базовые характерные черты предмета (явления), их объективные признаки;

4) концепт как прототип, на основании которого формируется представление об единице конкретной категории;

5) пропозиционный концепт, сформированный посредством основного предиката и его составляющими;

6) концепт как фрейм, являющийся совокупностью определенной информации;

7) концепт-скрипт (сценарий), рассматриваемый как хронологически последовательное отображение событий (эпизодов, этапов, стадий);

8) концепт-гештальт, комплексный образ, сочетающий в себе компоненты рационального и чувственного порядка в их неделимой совокупности как результат общего восприятия существующего положения вещей [Болдырев 2004, с. 26].

Типология концептов, предложенная В.А. Масловой в работе «Введение в когнитивную лингвистику» (2006), интересна тем, что ученый делает попытку универсализировать в ней все стороны бытования человека в объективной действительности, то есть, охватить как внешнюю, предметную область его окружения (земля, природа), так и его внутреннюю (ментальную и эмотивную) сферу:

- вселенная (пространство, летний день, зимняя ночь);
- природа (огонь, вода, осадки (дождь, снег), флора и фауна);

- мораль, нравственность (долг, честь, стыд);
 - восприятие человека (его характеристика) (мастер на все руки, умница, лодырь);
 - социальные взаимоотношения людей (дружба, вражда, свобода, война);
 - эмотивность (радость, веселье, грусть, тоска);
 - артефактные концепты (святыни этноса, народа) (храм) и др.
- [Маслова 2006].

Можно обнаружить много общего в классификациях В.А. Масловой и А. Я. Гуревича, согласно точке зрения последнего концепты составляют две следующие большие группы: 1) универсальные (космические) концепты, обозначающие такие феномены как пространство, время, движение и т.д., и 2) социальные (культурные) концепты с обозначением таких явлений как (собственность, право, труд., свобода и др.

Таким образом, подводя итог всему сказанному в данном параграфе, можно сделать вывод, что различные типологии концептов, разрабатываемые в современной научной лингвокультурологии, дают возможность понять их комплексную природу, проливают свет на представление об их структуре, содействуют пониманию их содержания, функционирования и предназначения, в целом способствуют осмыслению уникальности концептуального значения культуры. Можно утверждать, что создание наиболее полной классификации, включающей в себя признаки структурного, содержательного и функционального свойства концептов, динамики их развития с выделением дискурсивно-стилистических особенностей представляет собой одну из наиболее актуальных научных проблем современного языкознания.

1.4. Характеристика структурных составляющих термина «концепт» с точки зрения современной лингвистики

На современном этапе развития лингвистики не существует единой точки зрения относительно четкого определения структуры концепта. Тем не менее, исследователи сходятся во мнении, что концепт обладает определенным построением, которое характеризуется неустойчивой формой. Как указывает И.А. Стернин, данное обстоятельство обусловлено «активно развивающейся ролью концепта в раках мыслительной деятельности человека, его динамическим проявлением в своих различных компонентах, его соединением и противопоставлением с другими концептами, что составляет суть мышления» [Стернин 2001, с. 58–59].

Ученые выдвигают различные теории относительно ключевых компонентов (слоев) концепта.

Так, например, Ю.С. Степанов, говоря о сложной структуре концепта, включает в нее, одной стороны, составляющие понятия, другой стороны – составляющие культуры (происхождение, эволюция, оценки и т.д.), выделяя при этом следующие три основных слоя:

1) базовый (актуальный) слой, содержащий общую информацию, известную всем носителям конкретного языка;

2) дополнительный слой (ряд слоев), несущих в себе утратившую актуальность информацию, которая известна лишь небольшому количеству носителей того или иного языка (информация исторического толка);

3) внутренняя форма, проявляющаяся во внешней, вербальной форме (информация этимологического плана) [Степанов 2001, с. 46–47].

И.В. Кононова в работе «Структура лингвокультурного концепта: методы выявления и механизмы семантизации» (2012) предлагает достаточно полную разработку структуры концепта, в которой выделяет такие составляющие, как «образ, ассоциация, понятие, ценностный компонент (значимость), этимология, история» [Кононова 2012, с. 55].

Образ. Данная составляющая концепта включает в себя визуально-чувственное представление (ментальный образ), в сочетании с рядом концептуальных метафор, «извлекаемых языковой личностью из имени,

которое воплощает концепт в языке» [Там же]. Концептуальное метафорическое ядро подлежит опытной проверке с помощью языковых средств, представляя собой мотивацию для ценностного компонента концепта.

Ассоциация. Эта составляющая стимулируется посредством прототипических (частотных) ассоциативных взаимосвязей имен, которые связаны с концептом вне контекста.

Понятие. Данный концептуальный компонент пересекается с ассоциативной составляющей, поскольку имеет возможность включать в себя значения, извлекаемые из ключевых ассоциативных концептуальных взаимосвязей, при этом доминантными в содержании этой составляющей остаются дифференциальные (родовые) характеристики. Понятийный компонент концепта хотя и способен включать в себя значения, извлекаемые из ключевых ассоциативных связей, при выявлении значений национально-культурного свойства не представляется актуальным, поскольку содержит родовидовые характеристики понятия, совпадение которых наблюдается в представлениях носителей разных культур (духовные концепты). Кроме того, большое количество членов национально-языковых общностей оперируют понятийной составляющей концепта в сознании, а не с помощью объективации ее в речи средствами языка.

Ценностный компонент. Эта составляющая концепта на предмет наличия проверяется с помощью контекстуального и компонентного анализов.

Этимология. Посредством этого компонента определяется национальная уникальность концепта. Однако по причине того, что в ходе исторической эволюции концепт раз за разом обновляет своих репрезентантов в связи с изменениями лексической системы языка, его этимологическая составляющая должна оцениваться в контексте определенных исторических отрезков, поскольку сведения о вышедших из употребления этимонах фиксируются в исторических концептуальных слоях

и отсутствуют в сознании языковых личностей более поздних периодов времени.

История. Этот компонент содержит в себе наиболее доминантные признаки ассоциативных взаимосвязей концепта, представленные в его структуре в ранние периоды существования в рамках этнокультурной концептосферы, которые существенным образом обуславливают синхронизм концепта. По мере расширения ассоциативной составляющей с включением в нее признаков оценочности, определенное количество прежних признаков концепта, утрачивающих свою актуальность, переходят в состав исторического компонента.

Н.Ф. Алефиренко рассматривает структуру концепта как комплексное, многоуровневое образование ментального порядка, «в котором содержатся дополнительно вместе с обыденным содержанием также значения оценочности, которые демонстрируют отношение индивида к объекту познания» [Алефиренко 2010, с. 155]. Это определение концепта подчеркивает сложность концептуальной структуры, в которой ученый выделяет следующие основные компоненты:

1) универсальный, репрезентированы представления и ценности общечеловеческого порядка;

2) уникальный (то есть, присущий тому или иному конкретному этносу/народу);

3) личностный (выделяющий такие характеристики отдельной личности как уровень образования, вероисповедание, стиль речи, манеру поведения и др.);

4) групповой (с выделением возрастного, гендерного и профессионального статуса);

5) социальный (с указанием на социальное положение участника коммуникации (коммуниканта)) [Там же].

Еще одна разработка концептуальной структуры принадлежит З.Д. Поповой и И.А. Стернину. Исследователи выделяют в составе концепта два ключевых компонента, а

именно: 1) микро-составляющую и 2) макро-составляющую. Первый компонент представляет собой совокупность отдельных признаков когнитивного плана, на основе которых формируется концептуальное содержание; микро-составляющие образуют макро-составляющую, где находят свое отражение категории информации, которая содержится в концепте. Макро-составляющую, по мнению ученых, формируют такие три компонента, как концептуальная *образность*, *энциклопедичность* (*универсальность*) и *интерпретативность* [Попова, Стернин 2006].

Образность представляет собой концептуальное ядро (то есть базовый слой), в который входят перцептивный образ (формирующийся помощью органов чувств в результате восприятия референтом концепта реалий объективной действительности) и когнитивный образ (в котором отражаются взаимосвязи между различными концептами).

Энциклопедичность (*универсальность*) характеризуется наличием признаков когнитивного плана, в которых отражается переосмысление исходных (онтологических) признаков концепта. Языковая личность приобретает энциклопедическую информацию в ходе теоретического обучения и эмпирического взаимодействия с предметом/явлением, подлежащим концептуализации. В этой составляющей выделяются следующие свойства концепта: 1) свойства категориальности концепта, 2) свойства описательности (выявляющие различные признаки и особенности предмета/явления), 3) свойства дифференциации (характерные черты, отличающие один предмет/явление от другого), 4) свойства идентификации (устанавливающие тождество между концептом и его репрезентантами (предмет/явление) в объективной реальности, 5) свойства мифологии (подразумевают когнитивные признаки, на формирование которых оказали влияние мифологические представления относительно того или иного предмета/явления).

В *интерпретативность* входит ряд признаков когнитивного плана, с помощью которых тем или иным образом осуществляется интерпретация

образа концепта и его энциклопедического контента; то есть эти признаки являются продуктом размышления коллективного сознания этноса над базовым (основным) содержанием концепта [Попова, Стернин 2006].

В данном компоненте ученые выделяют сферу оценочности (концептуальные признаки с выражением оценки (предмета/ явления), сферу универсальности (признаки, описывающие концептуальные свойства, которые можно познать лишь в процессе обучения и обретения практического опыта), сферу прагматики (прагматизма), включающую признаки когнитивного плана, которые выражают прагматическое отношение языковой личности к предмету/ явлению, подлежащему концептуализации, регулятивную сферу (с признаками, указывающими на то, что необходимо делать (или не делать) с предметом/ явлением, подлежащим концептуализации), сферу социально-культурного плана (признаки, в которых находит свое отражение взаимосвязь концепта с культурой и жизнью этноса: обычаями, традициями, обрядами, деятелями искусства/ литературы и т.д.), сферу паремиологии (признаки, вербализированные в афоризмах, пословицах поговорках, другими словами, совокупность представлений того или иного народа о предмете/ явлении, репрезентированных концептом, в контексте национальных паремий).

Таким образом, на основе всего вышеизложенного можно сделать заключение, что концепт является сложным феноменом, развивающимся динамически. Концепт – это та единицей концептуальной системы, репрезентация которой реализуется посредством различных категорий признаков, разнообразными способами и средствами языка, рядом семантических структур, обладающих различной степенью абстрактности. Следовательно, можно сказать, что разработка структуры лингвокультурного концепта представляет собой одну из самых актуальных задач современной лингвокультурологии.

1.5. Основные подходы к изучению концепта в современной лингвистике

Как было указано выше, трактовка термина *концепт* в научной среде неоднозначна и имеет прямую зависимость от области его применения. В лингвистике на сегодняшний день существует несколько подходов к пониманию природы и функциональности лингвокультурного концепта, среди которых Ю.Е. Прохоров выделяет три основных: 1) *лингвокогнитивный* подход, *лингвокультурологический* и *психолингвистический* [Прохоров 2008].

Лингвокогнитивный подход. Данный подход наиболее полно разработан в трудах таких ученых, как Д.С. Лихачев, В.Н. Телия, С.А. Аскольдов Е.С. Кубрякова, Г.Г. Слышкин, В.Г. Костомаров и др., согласно мнению которых концепт представляет собой продукт индивидуального и коллективного опыта нации и основного словарного значения лексической единицы.

В соответствии с учением когнитивной лингвистики, концепт рассматривается в качестве «реакции на полученный языковой личностью опыт» [Лихачев 1997, с. 280], иначе говоря, как указывает В.И. Карасик, концепт интерпретируется как смысл, значение, зафиксированное в словарной статье и полученное в индивидуальном порядке (в отличие от коллектива, сообщества) [Карасик 2004].

В контексте *лингвокогнитивного* подхода ученые трактуют концепт в качестве явления, которое обладает функцией построения и обобщения деятельности личности, познающей окружающую действительность. С позиций данного подхода лингвисты рассматривают концепт в качестве ментального образования в человеческом сознании, в качестве «ключа», с помощью которого можно открыть языковую картину мира. Основу человеческих знаний об объективной реальности составляет концепт как базовая информативная единица, тогда как язык является средством выражения и фиксации результата познания мира, осуществленного человеком.

Так, Е.С. Кубрякова, указывая на взаимосвязь, существующую между концептом и концептосферой (т.е., с картиной мира), интерпретирует концепт как «понятие, объясняющее природу ментальных ресурсов человеческого сознания, а также той структуры информационного плана, в которой отражен человеческий опыт познания мира» [Кубрякова 1997, с. 89].

Лингвокультурологический подход. Основными теоретиками данного подхода являются такие ученые, как С.Г. Воркачев, В.И. Карасик, В.В. Красных, Ю.С. Степанов и др. В рамках этого подхода концепт рассматривается как базовая культурная единица, представляющая собой результат культурного осмысления человеком окружающего мира.

В контексте лингвокультурологического подхода реализуется исследование культурных концептов, осмысление их природы и сущности, зафиксированных в сознании этноса (народа), выявление ценностных составляющих, развитие которых было обусловлено культурным, языковым или социальным опытом отдельной (познающей) личности.

Как пишет Е.В. Пожидаева, лингвокультурологический подход к пониманию концепта заключается в признании концепта ключевой единицей культуры, ее ядром, поскольку в его структуре репрезентированы все признаки, «присущие феномену культуры, а именно: этимологическая составляющая, историческая и современная (ассоциативные связи, оценочность и т.д.)» [Пожидаева 2013, с. 287].

Тем не менее, лингвокогнитивный и лингвокультурологический подходы к пониманию концепта не следует рассматривать как взаимоисключающие друг друга. Концепт как образование ментального плана, репрезентированный в индивидуальном сознании, включается в концептосферу целой общности, иначе говоря, в культуру, а концепт в качестве культурной единицы представляет собой совокупность опыта всего социума (этноса, народа), который отдельный индивид воспринимает как свое достояние. Как указывает В.И. Карасик, в данных подходах противопоставлены векторы по отношению к отдельной языковой личности:

лингвокогнитивный концепт направлен от индивидуального сознания к культуре (концептосфере), тогда как лингвокультурологический движется от культуры (концептосферы) к сознанию отдельного индивида [Карасик 2004].

Психолингвистический подход. Представителями психолингвистического подхода в изучении концептов являются Л.С. Выготский, А.Р. Лурия, А.А. Залевская, В.Я. Мыркин и др.

Л.С. Выготский и А.Р. Лурия – основатели нейропсихологии, еще в 20-м веке указывали на то, что любая лексическая единица предполагает наличие широкой системы взаимосвязей (понятийных, фонетических, контекстовых), на изменение которых оказывают влияние различные факторы. Исследователи не прибегали к использованию терминологии, связанной с понятием «концепт», но сделали предположение о том, что содержащиеся в слове образования ментального свойства не могут рассматриваться в качестве иерархически выстроенной системы, поскольку они являются синхронно развивающейся структурой, имеющей мало сходства со словарными дефинициями [Выготский 1934; Лурия 1979]. Таким образом, можно утверждать, что данные ученые выработали основополагающие идеи, которые способствовали созданию психолингвистического подхода к пониманию концепта, получившие свое дальнейшее развитие в работах таких лингвистов, как А.А. Залевская и В.Я. Мыркин.

В рамках психолингвистического подхода основу концепта составляет совокупность сенсорно-моторных проявлений, формирование которых обусловлено степенью «знакомства» с предметом/ явлением, его значимости для личности, опытом ее с ним взаимодействия. Такие сенсорно-моторные репрезентации содержатся в памяти индивида и извлекаются из нее с помощью мотивации вербального и невербального толка, различаясь в разные периоды времени. Для психолингвистического подхода концепт представляет собой в первую очередь ментальное образование, как феномен

культурного плана, несущий в себе специфику конкретного народа, он имеет для психолингвистов второстепенное значение.

Согласно мнению А.А. Залевской, концепт является «образованием перцептивно-когнитивного свойства, которое функционирует в жизнедеятельности индивида на уровне мышления и отличается динамикой своего развития» [Залевская 2002, с. 39]. В соответствии с точкой зрения ученого, существует две группы концептов, которые в своем сочетании составляют объект научного изучения, а также результат его репрезентации: 1) концепт как индивидуальный опыт познания окружающей действительности и 2) концепт как результат взаимодействия личности с данной действительностью и другими индивидами в рамках сообщества индивидов. Психолингвистический подход отделяет процесс мыслительной деятельности индивида от его внешних проявлений. По мнению А.А. Залевской, «концептом является то, что происходит в психике индивида» [Там же]. В соответствии с этим ученый предполагает, что функционирование психической деятельности личности не может представлять собой объект лингвистического изучения.

Этой позиции соответствует точка зрения В.Я. Мыркина, рассматривающего концепт в качестве продукта психической деятельности индивида: «Концепт является совокупностью сведений, включающих в себя образные (сенсорно-моторные, зрительные, слуховые, обонятельные и т.д.), понятийно-ценностные, прототипические и др. составляющие, репрезентированные в психике индивида» [Мыркин 2002, с. 46–47].

Таким образом, в данном параграфе были рассмотрены три основных подхода к изучению концептов, используемых в современной лингвистике. Эти три подхода в том или ином ракурсе трактуют концепт как ментальный способ репрезентировать объективную реальность в человеческом сознании. Концепт с точки зрения представителей всех трех рассмотренных подходов представляет собой смысловой «продукт», который включает в себе актуальную информацию культурного плана, которая фиксируется в языке с

помощью лексики или символов (знаков). В контексте указанных подходов природа и функционирование концепта могут пониматься по-разному, поэтому, следует отметить, что в настоящее время в научной среде не существует единой точки зрения относительно определения концепта. Концепты характеризуются универсальностью, поскольку представляют собой продукт ментальной деятельности языковой личности, поэтому, не могут быть безоговорочно отнесены к той или иной области когнитивной лингвистики. Содержательный компонент концепта чрезвычайно важен, так как именно в содержании заключены уникальные особенности концептосферы (картины мира) конкретного этноса. Данная картина мира складывается в результате сочетания лингвокогнитивных и лингвокультурологических концептов, содержательная составляющая в ней обладает большей значимостью, чем формальное концептуальное построение.

1.6. Классификация лексико-грамматических трансформаций, используемых при переводе лингвокультурологического концепта

Лингвокультурологический концепт в аспекте перевода с одного языка на другой предполагает ряд переводческих преобразований (трансформаций), ориентированных на оптимальную передачу смысла всей совокупности его лексико-семантического поля в целевом языке. Рассмотрим ниже, какие переводческие приемы могут быть использованы для этой цели.

В современной научной литературе имеется большое количество классификаций переводческих трансформаций, представленных различными специалистами. Рассмотрим ниже некоторые из них.

Так, А.Д. Швейцером [Швейцер 1988] выделяются следующие четыре группы трансформаций:

- ✓ семантические трансформации (замены);
- ✓ референциальные трансформации;
- ✓ прагматические трансформации;
- ✓ стилистические трансформации.

Я.И. Рецкер [Рецкер 2010] выделяет следующие семь типов лексических трансформаций:

- ✓ конкретизация значений;
- ✓ дифференциация значений;
- ✓ смысловое развитие;
- ✓ генерализация;
- ✓ целостное преобразование;
- ✓ антонимический перевод;
- ✓ компенсация.

Р.К. Миньяр-Белоручев в работе «Теория и методы перевода» (1996) к трем основным видам переводческих трансформаций относит такие как лексические, грамматические и семантические трансформации. Группу лексических трансформаций составляют конкретизация и генерализация; в состав группы грамматических переводческих приемов входят членение и объединение предложений, замена членов предложения; третья группа представлена такими переводческими приемами как лексическая компенсация, смысловое развитие, синонимическая замена, антонимический перевод [Миньяр-Белоручев 1996].

Т.Р. Левицкая в работе «Пособие по переводу с английского языка на русский» (1973) разделяет переводческие трансформации на три группы. Первую группу, согласно ученому, «составляют лексические трансформации, в состав второй группы включены грамматические переводческие приемы, третья группа представлена трансформациями стилистического плана» [Левицкая 1973, с. 12–23].

В.Н. Комиссаров в работе «Современное переводоведение» (2002) выделяет следующие три группы переводческих трансформаций:

- ✓ лексические трансформации;
- ✓ грамматические трансформации;
- ✓ комплексные трансформации.

Лексические трансформации, по мнению ученого, включают в себя калькирование, транскрибирование, транслитерацию, конкретизацию, генерализацию, модуляцию (смысловое развитие); к группе грамматических переводческих приемов ученый относит замену членов предложения, замену форм лексических единиц, членение предложения, дословный перевод; в состав группы комплексных трансформаций отнесены такие приемы как «компенсация, антонимический перевод, описательный перевод» [Комиссаров 2002, с. 159–160].

Л.С. Бархударов классифицирует переводческие трансформации на базе учета формальных признаков лексических единиц, выделяя среди них «лексические добавления, опущения, перестановки слов, лексические замены» [Бархударов 2013, с. 192–233]. При этом Л.С. Бархударов указывает на достаточную условность подобного деления. *Лексическими добавлениями* ученый называет ввод при переводе дополнительных слов и словосочетаний, не имеющих соответствий в тексте подлинника. Под *опущением* подразумевается опущение тех или иных лексических единиц исходного текста при переводе. Под *перестановками слов* имеются в виду изменения порядка следования языковых компонентов в тексте перевода по сравнению с исходным текстом. Под *заменами* подразумеваются как грамматические замены при переводе (замена части речи, членов предложения, объединение и членение предложений текста подлинника), так и лексические замены, которые являются результатами применения таких приемов как генерализация, конкретизация, компенсация, антонимический перевод.

Например, Л.К. Латышев [Латышев 1981, с. 132–138] классифицирует переводческие трансформации на основе несовпадения межъязыковых формальных, лексических и семантических единиц:

- ✓ *Морфологическая трансформация*, заключающаяся в замене одной формы одной грамматической категории другой (или рядом других форм);
- ✓ *Синтаксическая трансформация*, состоящая в изменении синтаксической функции лексических единиц (словосочетаний);
- ✓ *Стилистическая трансформация*, заключающаяся в изменении стилистических свойств текстового фрагмента;
- ✓ *Семантическая трансформация*, заключающаяся в преобразовании не только формы передачи значения, но и самого значения, т.е., тех признаков, которые участвуют в описании ситуации;
- ✓ *Смешанная трансформация*, при которой используются одновременно лексико-семантические и морфолого-синтаксические переводческие преобразования.

Таким образом, на основе вышеизложенного можно сделать вывод, что, несмотря на существование различных точек зрения относительно классификации переводческих трансформаций, большинство специалистов придерживаются единого мнения по поводу следующего: основными видами переводческих трансформаций являются лексические и грамматические трансформации.

Выводы по Главе 1

В первой главе мы рассмотрели теоретические положения данного исследования.

Были изучены различные точки зрения относительно ключевого объекта исследования лингвокультурологии, а именно: взаимосвязи культуры и языка; было выявлено, что язык является средством, которое, будучи составной частью культуры, используется языковой личностью в процессе ее познания.

Было рассмотрено понятие «концепт», основу этого изучения составили различные точки зрения современных ученых, трактующих концепт как образование ментального плана, которое характеризуется многомерностью и многоуровневым характером построения, как базовую единицу культуры, репрезентированную в сознании этноса, отличающуюся комплексной структурой.

Было выяснено, что ключевыми составляющими структуры концепта являются лексико-семантическое поле (представленное ядром) и периферийные слои. Единицы, репрезентированные в концепте в форме иерархического построения, подлежат определению с помощью концептуальных архисем. Дополнительно следует подчеркнуть, что ядро концепта формируется посредством ассоциативных связей, наиболее значимых для носителей того или иного конкретного языка, поскольку в ядре концепта фиксируется результат чувственного познания окружающей действительности как индивидом, так и культурной общностью (народом) в целом. В периферийных слоях концепта содержатся ассоциации (интерпретации), которые отличаются нестабильностью и подвержены изменениям.

Также было выявлено, что такие термины, как «концепт», «значение» и «понятие», следует разграничивать и не считать их тождественными друг другу. Между понятием и значением существуют различия, которые заключаются в том, что понятие формируют предмет и мышление, а значение – предмет, мышление и структура языка. Значение является общеизвестной и коммуникативно-релевантной частью концепта. Понятие также выступает в качестве одного из составляющих концепта.

Многие отечественные ученые посвятили свои работы исследованию, выявлению и классификации различных признаков, присущих лингвокультурному концепту. Вот некоторые из них. Например, концепт характеризуется как образование ментального порядка, основу которого составляет ядро (его наименование), так называемые приядерные зоны и

периферия. Концепт также отличается неустойчивостью (изменчивостью) своих границ и признаков, имеет собственную систему ценностей, характеризуется трехкомпонентной структурой, в которую входят следующие составляющие: 1) ценностная, понятийная (вербализируемая в языке с помощью его лексического состава) и образная (т.е. полученная в результате перцептивно-эмоционального и метафорически-образного познания и осмысления объективной действительности языковой личностью). Также следует указать на такой значимый с точки зрения ученых признак концепта, как многомерность.

Было выяснено, что на современном этапе в языкознании существует широкая разработка различных типологий концептов. Помимо лингвокультурологического концепта исследователи также выделяют такие типы, как собственно культурный концепт, этнокультурный и т.д. Также нами были рассмотрены типологии концептов, предложенных исследователями на основе различных признаков, описанных в когнитивной лингвистике: ментальные картинки, схематические представления, скрипты, калейдоскопы, эвристические концепты (концепты-озарения) и т.д.

В данной главе также были рассмотрены три основных подхода к пониманию концепта в современной лингвистике: лингвокогнитивный, лингвокультурологический и психолингвистический.

С позиций лингвокогнитивного подхода концепт трактуется в качестве базовой единицы культуры, которая является продуктом культурного осмысления личностью окружающей действительности.

В рамках лингвокультурологического подхода ученые осуществляют исследование культурных концептов, с осмыслением их сущности, репрезентированной в коллективном сознании (культурной общности, народа), с выявлением системы ценностей, которая формировалась на базе культурного, языкового или социального опыта языковой личности.

В рамках психолингвистического подхода, согласно мнению ученых, в концепт включена совокупность сенсорно-моторных актов индивида,

формирование и характер которых имеет прямую зависимость от той или иной степени «знакомства» с познаваемым им предметом или явлением окружающего мира.

В конспекте перевода лингвокультурологического концепта с одного языка на другой на базе научной литературы были рассмотрены виды переводческих трансформаций, ориентированных на адекватную и полную передачу смысла всей совокупности лексико-семантического поля концепта в целевом языке.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОНЦЕПТА “BEAUTY” (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛА COSMOPOLITAN НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ)

2.1. Краткая характеристика англоязычного онлайн-журнала Cosmopolitan

Журнал Cosmopolitan является американским ежемесячным печатным изданием, имеющим целью освещение темы моды и развлечений для женской аудитории. Журнал был впервые опубликован в Нью-Йорке (США) в марте 1886 года и представлял собой издание, предназначенное для семейного чтения. Позднее Cosmopolitan был преобразован в журнал

литературного направления, а с 1965 года стал издаваться специально для женщин.

Целевую аудиторию журнала Cosmopolitan составляют женщины, добившиеся определенного успеха в жизни, занимающие активную социальную позицию. В рамках данного издания формируются потребительские предпочтения читателей, журнал ориентирован на репрезентацию преимуществ жизни богатых людей, демонстрацию новинок в мире моды и индустрии красоты, рекламу стильных магазинов и бутиков.

Основное содержание журнала Cosmopolitan составляет описание последних тенденций, представляемых европейскими домами моды, статьями, рассказывающими о поддержании женского здоровья, косметике, фитнесе, карьере, путешествиях и т.п. В журнале представлены такие рубрики, как Beauty&Style, Celebrities&Entertainment, Travel, Shopping, Exclusive Reads, Astrology, Opinion и др.

Преимущества журнала Cosmopolitan состоят в высокой узнаваемости и широкой популярности издания, длительном периоде пребывания на рынке, наличии широкого диапазона рубрик, получении высоких доходов от рекламодателей (предметы косметики, одежда, обувь, аксессуары, ювелирные украшения и т.д.), установление доверительных отношений с читающей аудиторией.

Недостатки журнала Cosmopolitan заключаются в стремлении к неоднозначным лексическим сочетаниям при описании того или иного продукта, в однотипности и поверхности ряда статей, рассказов, материалов исторического содержания.

2.2. Мотивирующие признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале Cosmopolitan

Дадим определение основным терминам данного параграфа работы. Как пишет С.Е. Карпова и Е.Н. Васильева в работе «Внутренняя форма слова

– мотивирующий признак наименования» (2018), мотивирующим признаком является «предшествующее в качестве внутренней формой последующего, иначе говоря, в деривате сохраняется остаточный компонент значения производящей основы, заключающий в себе то представление о признаке, согласно которому назван предмет, и который, таким образом, мотивирует данное название» [Карпова, Васильева 2018, с. 22].

Ниже представлена таблица происхождения английской лексемы “beauty”, являющейся ключевым репрезентантом рассматриваемого английского концепта на основе этимологических словарей английского языка.

Таблица 1. Этимология лексемы “beauty” как ключевого репрезентанта рассматриваемого английского концепта

№ №	Этимологический словарь	Определение лексемы “beauty”
1.	Harper Douglas R. Online Etymology Dictionary [Electronic resources]. URL: https://www.etymonline.com	Beauty (noun). Origin and meaning of beauty early 14c., bealte, "physical attractiveness," also “goodness, courtesy,” from Anglo-French beute, Old French biauté “beauty, seductiveness, beautiful person” (12c., Modern French beauté), earlier beltet, from Vulgar Latin *bellitatem (nominative bellitas) “state of being pleasing to the senses” (source also of Spanish beldad, Italian belta), from Latin bellus “pretty, handsome, charming,” in classical Latin used especially of women and children, or

		<p>ironically or insultingly of men, perhaps from PIE *dw-en-elo-, diminutive of root *deu- (2) "to do, perform; show favor, revere." Famously defined by Stendhal as la promesse de bonheur "the promise of happiness."</p>
2.	<p>Partridge E. Origins. A Short Etymological Dictionary of Modern English https://archive.org/details/originsshortetym0000unse</p>	<p>Beau; beauty. 1. The origin goes from Latin bellus (handsome), a dim of bonus(good). The derivative It bello has f bella, as in belladonna, for bella donna, pretty lady, euphemistic for the very poisonous plant. The corresp F derivative is OF-F beau, as in E beau idéal, misapprehension of F le beau idéal, idéal beauty, and beau monde, F le beau monde, the world of fashion. The F derivative beau (pi beaux), a fop, has become E beau, a social escort; hence prob the AE bo, as term of address (cf HOB0). OF-F beau, adj, has derivative OF-F beauté, whence beauty, whence beauteous (-ous) and beautiful (-ful) and beautify (element -fy, to make). 2. Beau has f belle, pl. belles, adopted by E in the n belle (beauty). 3. The prevocalic m of the F adj beau is bel, reduplicated in OF belbel, a plaything, A-Z 237 whence OF-MF baubel (or babel), whence E bauble. Cf bibelot: MF-F</p>

		<p>bibelot, from OF beubelot, -et (cf OF-MF babelet), etc, from OF beubelot, -et (cf OF-MF babelet), a small jewel, a trinket, from OF belbel: beu- (for bel-)+-bel+dim suffix -ot.</p> <p>4. F has a derivative OF v, embellir: em-, for en-, in (used int) + bel+euphonic -l+inf</p> <p>suffix -ir: whence, via such forms as ‘embellissant’ (presp) and ‘ils embellissent’, they beautify, the ME em belisen, -belisshen, E ‘to embellish’, whence, prompted by MF-F embellissement, the n em-bellishment (suffix -ment).</p>
3.	<p>Skeat Walter W. An etymological dictionary of the English language / Skeat Walter William. 1835-1912. [Electronic resources]. URL: https://archive.org/details/etymologicaldict00skeauoft/page/n6.</p>	<p>Beaty. Fairness (French-Latin) M.E. beaute, Chaucer, C.T. 2387 (A 2385). - OF. biaute, beltet. - Late L. acc. bellitatem; from nom. bellitas, fairness. - L. belli-, for bellus, fair with suffix -tät-, signifying state of condition. Der. beaute-ous-ly, beaute-ous-ness, beauti-ful. Shak. Sonnet 106, beauti-ful-ly, beauti-fy.</p>
4.	<p>Skeat Walter W. A Concise Etymological Dictionary of the English Language. Oxford University Press, Ely House, London W. 1882. URL: https://archive.org/details/concise</p>	<p>Beauty (F.-L.). M.E. Beaute. – A.F. Beaute, Old French. Beaute, beltet. – Latin. Bellitatem, acc. Bellitas, bellus. Der. Beauti-ful, beaute-ous.</p>

	eetymologi002983mbp/page/42/mode/2up	
5.	The Concise Oxford Dictionary of English Etymology / Edited by T. F. Hoad. Oxford University Press, 1996. [Electronic resources]. URL: http://www.oxfordreference.com	Beauty. ME. Bealte, beaute. Old French. Be(a)lte, biaute (modern. Beaute); Rom. bellitat, f, Latin. Bellus.
6.	Online Etymology Dictionary / by Merriam Webster. URL: www.merriam-webster.com/dictionary/beauty	Beauty. From Middle English. beaute, bealte, borrowed from Anglo-French, from bel, beau “beautiful, good-looking” (going back to Latin <i>bellus</i>) + -te -TY — more at Beau.
7.	Craig, John. A new universal, technological, etymological, and pronouncing dictionary of the English language. London. – https://babel.hathitrust.org/cgi/p?t?id=chi.097057886;view=1up;seq=183	Beauty, bu'te, s. (beauty, Fr.) That assemblage of graces, or proportion of parts, which pleases the eye; particular feature, grace or ornament; anything more eminently excellent than the rest of that with which it is united; a beautiful person; - v.a. to adorn; to beautify; to embellish.
8.	Donald J. Chamber's Etymological dictionary of the English language. London-Edinburg, https://books.google.ru/books?redir_esc=y&id=oyMFAQAAIAAJ&q=beauty#v=snippet&q=beauty&f=false	Beauty, bū'ti, n.a. pleasing assemblage of qualities in a person or object; a particular grace or excellence; a beautiful person. [Fr. beauté, from beau.]

На базе вышеприведенных определений английских этимологических словарей можно выделить следующие виды мотивирующих признаков английского концепта “beauty”: “physical attractiveness” (физическая привлекательность), “goodness” (доброта, совершенство), “courtesy” (вежливость, любезность).

1. Мотивирующий признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность) человека.

a) *Here's two reasons why you need this spring 2021 hair trend in your life: A blunt bob shows off your best features (hello, cheekbones) and it makes you look like a boss without even trying* [Cosmopolitan online. “10 Spring Hair Trends That Are Going to Be All Over Your Feed” from 15 Jan 2021].

Как видно из вышеуказанного примера, человек сравнивается с боссом при наличии у него определенной прически, способствующей его украшению (усиливающей привлекательность).

b) *Salicylic acid, a longtime go-to for clear skin, can penetrate pores and exfoliate the dead skin cells, oil, dirt and other debris that contribute to blemishes* [Cosmopolitan online. “This Entire Skincare Routine (Including Retinol!) Is Under \$50 and Will Transform Your Skin” from 17 Aug 2021].

В данном примере также представлено описание процесса повышения человеческой привлекательности при условии наличия определенного набора средств (Salicylic acid), стимулирующих указанный процесс.

2. Мотивирующий признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность) предмета. В журнале Cosmopolitan нами были отобраны три способа репрезентации таких качеств, а именно:

a) *Dresses with pockets are so powerful.* [Cosmopolitan online. “25 Cute Dresses with Pockets You Can't Help But to Show Off to Everyone” from 1 Feb 2021].

Использование такого изобразительно-выразительного средства, как оценочный (по семантическому показателю) *эпитет*, при репрезентации

наличия карманов в одежде, которые обеспечивают ей высшую степень притяжения (so powerful).

b) *A vapor diffuser can level up any room into a spa-like retreat* [Cosmopolitan online. “8 Gifts That Smell Amazing AF” from 23 Nov 2021].

Использование такого образного приема, как *сравнение*, с целью сопоставления одного предмета с другим для придания первому качеств, повышающих его привлекательность, как это можно видеть из вышеприведенного примера.

c) *Whether your curls are low-porosity, high-porosity, coarse, or fine, your “shampoo” needs to be sulfate-free and moisturizing* [Cosmopolitan online. “3c Hair: The 9 Best Products for Your 3c Curl Type and How to Use Them” from 11 Nov 2020].

Использование *однородных членов предложения* (прилагательных) для описания свойств предмета, которые делают его наиболее привлекательным.

3. Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «благотворного стимула», «вдохновения красотой», например: a) *To help you get into the holiday spirit, I found 57 of the cutest Christmas nail art ideas for inspo* [Cosmopolitan online. “57 Christmas Nail Art and Holiday Designs to Copy ASAP” from 23 Nov 2021].

Из данного примера видно, что красота ногтей (nails) может побудить (мотивировать) человека обрести праздничное настроение.

4. Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «побуждения к действию»: *Live your best maximalist life by DIYing this masterpiece with a vibrant yellow liner and tiny press-on crystals* [Cosmopolitan online. “Epic Eye Makeup: 5 Trends You Should Go Ahead and Try Already” from Jan 21 2020].

В выше представленном примере мы видим, что стремление человека к повышению собственной привлекательности может сопровождаться побуждением (мотивацией) его к определенным действиям для ее достижения.

5. Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «прекрасного (совершенного) дара, подарка» близкому человеку:

For the friend who orders anything pumpkin-related on the reg, the Beloved Pumpkin & Tonka Candle makes a pretty perfect gift [Cosmopolitan online. “8 Gifts That Smell Amazing AF” from Nov 23 2021].

В данном примере показано, как мотивирующий признак концепта “beauty” связан с побуждением «подарить красоту» другому человеку, т.е. он обретает здесь форму душевной щедрости, альтруизма.

6. Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «дружеского предложения, участия», например: *if you want long nails but aren't into acrylics (which can be damaging), try gel extensions for these bbs* [Cosmopolitan online. “These candy cane Christmas nails” from 23 Nov 2021].

Из выше приведенного примера мы можем видеть, что концепт “beauty” может выступать в качестве дружеского участия, помощи человеку в обретении (или усилении) привлекательности.

7. Мотивирующий признак “courtesy” (вежливость, любезность), реализующий значение «стимулирующего описания красоты другого человека», например:

To give her hair a glossy boost Lauren uses TRESemmé Gloss Clear High-Shine Deep Conditioner every two weeks [Cosmopolitan online. “Our Deputy Beauty Editor Shares All Her Pro Hair Secrets” from 24 Nov 2021].

Данный пример демонстрирует наличие в составе концепта “beauty” такого значения, как описание красоты другого человека с целью стимулирования желания у читателя (слушателя) последовать примеру первого.

Следующий этап нашего исследования продолжил количественный анализ рассмотренных выше мотивирующих признаков английского концепта “beauty”, сводная таблица полученных данных представлена ниже.

Таблица 2. Сводная таблица мотивирующих признаков английского концепта “beauty”

№№	Мотивирующий признак	Кол-во	Процентное соотношение (%)
1.	“Physical attractiveness” (физическая привлекательность) человека	121	50,1%
2.	“Physical attractiveness” (физическая привлекательность) предмета	82	19,8%
3.	Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «благотворного стимула», «вдохновения красотой»	52	8,0%
4.	Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «побуждения к действию»	67	9,6%
5.	Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство), выражающий значение «прекрасного (совершенного) дара, подарка»	28	4,7%
6.	Мотивирующий признак “goodness” (доброта,	43	6,8%

	совершенство)”, выражающий значение «дружеского предложения, участия»		
7.	Мотивирующий признак “courtesy” (вежливость, любезность), выражающий значение «стимулирующего описания красоты другого человека»	21	1,0%
	ИТОГО	414	100%

На основе приведенных выше данных Таблицы 1 делаем следующие выводы:

1) Наибольшую частотность репрезентации в английской языковой картине мира представляет мотивирующий признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность), выражающий значение «физическая привлекательность человека» (50,1 %);

2) Следующим по частотности использования является мотивирующий признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность), выражающий значение «физическая привлекательность предмета» (19,8%);

3) Такой мотивирующий признак английского концепта “beauty” как “goodness” (доброта, совершенство)”, выражающий значение «побуждения к действию», занимает третью позицию по частотности его репрезентации в английской языковой картине мира (9,6%);

4) Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство)” с выражением значения «благотворного стимула», «вдохновения красотой» стоит на четвертом месте, тогда как частотность репрезентации мотивирующего признака “goodness” (доброта, совершенство)” с выражением таких значений как «дружеское предложение, участие» и

«прекрасный (совершенный) дар» является наименьшей – 6,8% и 4,7% соответственно.

5) Мотивирующий признак “courtesy” (вежливость, любезность), выражающий значение «стимулирующего описания красоты другого человека» в рассматриваемом английском журнале *Cosmopolitan* занимает по частотности репрезентации последнее место (1,0%), что делает очевидными заинтересованность и ориентированность данного издания на фокусировку внимания читателя в первую очередь на внешней стороне понятия “beauty” (красота), а также на физических средствах (предметах), способствующих ее обретению.

2.3. Понятийные признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале *Cosmopolitan*

В данном параграфе мы рассмотрим понятийные признаки английского концепта “beauty” с выделением его ключевых сем и семем на базе изучения словарных статей современных словарей.

По мнению М.В. Пименовой, понятийные признаки в концепте составляют более высокий уровень абстракции, которые, зафиксированы в словарных значениях с указанием всех принадлежащих им семантических составляющих (семем и сем), репрезентирующих концепт [Пименова 2007].

Согласно А.М. Киселевой, понятийные признаки концепта представляют собой «совокупность семем и сем в определениях лексемы, которая вербализует концепт в словарной статье» [Киселева 2020, с. 832].

Как указывает С.Г. Воркачев, «понятийная составляющая в содержании концепта не является метафорической и не имеет зависимости от внутрисистемных особенностей языкового имени данного содержания» [Воркачев 2003, с. 48].

Как пишет А.М. Мухачева, «формирование понятийного компонента концепта осуществляется под влиянием всей совокупности предметно-

действенного взаимодействия человека с окружающим миром, выявляющего значимость того или иного отдельного понятия, входящего в состав концепта» [Мухачева 2009, с. 185].

Ниже представлена сводная таблица, содержащая лексикографические дефиниции английской лексической единицы “beauty” (ключевого репрезентанта концепта), зафиксированные в современных толковых словарях.

Таблица 3. Дефиниции английской лексемы “beauty” как основного репрезентанта исследуемого концепта

№ №	Современный толковый словарь	Дефиниции лексемы “beauty”	Синонимы лексемы “beauty”
1.	Cambridge dictionary. [Electronic resources]. URL: https://dictionary.cambridge.org	Beauty. 1) The A quality of being beautiful	Attractive, chic, crowning glory, dainty,
		2) Beauty of something	desirability, gracefulness,
		a) the quality of making something attractive or good	grandeur, homely, magnificence,
		3) a beauty product or treatment	majestically, majesty, nobility, picturesqueness,
		a) a product/ treatment making a person more beautiful/attractive	splendour, stateliness, sublimity

		4) Beauty (noun). Something that is a best model of its type	
		5) Beauty (noun) (Woman). A beautiful woman	
2.	Collins English Dictionary [Electronic resources]. URL: https://www.collinsdictionary.com	1) Beauty(noun). Beauty is the state/quality of being beautiful.	Attractiveness, appeal, charm, grace, bloom, glamour, fairness, elegance, symmetry, allure, loveliness, prettiness, seductiveness, gorgeousness, pleasantness, handsomeness, pulchritude, winsomeness, comeliness, exquisiteness, seemliness, pleasingness, prepossessingness
		2) Beauty (Woman)	Good-looker, lovely sensation,

			dazzler, belle, goddess, Venus, peach, cracker, wow, dolly, knockout, heart-throb, stunner, charmer, smasher, humdinger, glamour puss, beaut (New Zealand and Australian slang)
		3) Beauty (noun). Something is a beauty when it looks out good.	
		4) Beauty (noun). The beauties of something are its attractive qualities.	
		5) Beauty (adjective noun). Beauty is used for describing people, products, and acts that are concerned with making	Advantage, use, benefit, good

		somebody beautifully looking.	
		6) If people say that a particular quality is the beauty of something, they mean that this quality of feature is capable to make the thing so good.	
3.	Oxford Learner's Dictionaries [Electronic resources]. URL: www.oxfordlearnersdictionaries.com	1) Beauty. The quality of giving pleasure to the senses or to the mind	
		a) beauty of something	
		2) A beautiful person/ thing	
		3) A best example of its type	
		4) An attractive quality/feature	Advantage
4.	Longman Dictionary of Contemporary English [Electronic resources]. URL: https://www.ldoceonline.com	1) Beauty (noun). A quality of people, things, or places that	Beautician, pleasure

		makes them very attractively looking	
		2) Beauty (Woman). A very beautiful woman	
		3) A feature or quality that something such as a song, poem, emotion, feeling etc. has giving pleasure or joy to a person	
		4) The beauty of some thing	
		5) A very excellent or good example of something	
5.	English Oxford Living Dictionaries [Electronic resources]. URL: https://en.oxforddictionaries.com	1) Beauty (noun). A combination of qualities (shape, form, colour, etc.) that gives the aesthetic emotions, especially the sight	Place of interest, thing worth seeing, feature, prominent feature, distinctive quality, monument, spectacle, scene,

			view, area, landscape, display, show, exhibition, curiosity, rarity, marvel, wonder, splendour
		1.1) A combination of qualities, that pleases the mind	Attractiveness, prettiness, good looks, pleasingness, comeliness, allure, allurement
		1.2) Denoting something intended to make somebody more beautiful and attractive	
		2) A beautiful woman	Belle, vision, charmer, enchantress, Venus, goddess, beauty queen, picture, seductress English rose
		2.1) An best example of	

		something	
		2.2) (The beauties of) The pleasing or attractive features of something	
		2.3) The excellent aspect or advantage of something	Attraction, benefit, strength, asset, draw, lure, pull, strong point, boon, merit, virtue, blessing, selling point, good thing, good point, bonus, added extra, plus
		2.4) Adjective (Australian and New Zealand slang) Excellent; good (used as an approval)	
6.	Merriam-Webster Dictionary [Electronic resources]. URL: https://www.merriam-webster.com	1) Beauty. The quality of being physically attractive	Loveliness, aesthetics, attractiveness, beauteousness,
		2) The qualities in a person or a thing giving pleasure to	beautiffulness, comeliness, cuteness, fairness,

		the senses or the mind	gorgeousness, handsomeness,
		3) A beautiful thing or person (especially: a beautiful woman)	looks, loveliness, prettiness, sightliness
		4) A particularly graceful, ornamental, or excellent quality	
		5) A brilliant, extreme, or egregious instance or example	

В процессе изучения вышеприведенных лексикографических дефиниций английской лексемы “beauty” как ключевого репрезентанта рассматриваемого концепта, нами были выделены основные понятийные признаки, сводная таблица с которыми представлена ниже.

Таблица 4. Свод основных понятийных признаков английского концепта “beauty”, репрезентированных в современных толковых словарях английского языка

Признаки	Словари					
	Cambri dge Diction ary (U.K.)	Collins English Dictionar y (U.K.)	Oxford Learner’s Dictionarie s (U.K.)	Longman Dictionary of Contempor ary English	English Oxford Living Dictionarie s (U.K.)	Merria m- Webst er Dictio

						nary
The quality of being beautiful (attractive)	Да	Да	Нет	Да	Нет	Да
Beauty (person, woman)	Да	Да	Да	Да	Да	Да
A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Нет
Something that is a best (excellent) model of its type	Да	Нет	Да	Да	Да	Да
A combination of qualities that gives the	Нет	Нет	Да	Да	Да	Да

aesthetic emotions (pleases the mind)						
Something is a beauty when it looks out good	Нет	Да	Нет	Нет	Да	Да

На основе анализа дефиниций современных английских словарей было выявлено шесть основных понятийных признаков рассматриваемого концепта, некоторые из них представлены не во всех изученных словарях. Например, такой признак, как “A product or treatment that can make somebody (something) beautiful” отсутствует в словарных статьях более старых словарей, поскольку он обязан своим возникновением индустрии красоты, которая получила свое наибольшее развитие лишь в XX-XXI вв., тогда как такой признак, как “Beauty (person, woman)”, зафиксирован во всех словарных статьях, поскольку он обладает уже давней историей своего существования в структуре изучаемого концепта.

На базе статей английского журнала Cosmopolitan рассмотрим каждый из выделенных понятийных признаков.

1. The quality of being beautiful (attractive).

Качество, присущее человеку (предмету), которое делает его красивым, привлекательным. В статьях для описания таких качеств используются следующие лексемы и эпитеты: *clean beauty, magic, super-rich, juicy, adorable, etc.*

a) In fact, 53 percent of you said you were unclear on what clean beauty even is –which is exactly why I created this quickie guide for you [Cosmopolitan

online. “Cosmo’s Super-Easy, Not-Confusing Guide to Clean Beauty” from 21 May 2021].

Как видно из данного примера, автор стремится объяснить читателю особенности качества *чистой красоты*, которое, согласно его мнению, делает человека привлекательным.

b) *Stay cozy and cute in this gorgeous neutral coat* [Cosmopolitan online. “Here’s What You Should Be Shopping at Farfetch’s EPIC Cyber Monday Sale” from 30 Nov 2021].

2. Beauty (person, woman), beautiful thing. Данный понятийный признак в журнале Cosmopolitan репрезентирован следующими лексическими единицами и словосочетаниями: *kind of disco-fantastic, freaking cute, unique and stylish, looking chic, etc.*

a) *Every NYE I always wind up trying a look that’s kind of disco-fantastic, and this year I zeroed in on this dark gunmetal shiner* [Cosmopolitan online. “I Ordered \$660 of Party Clothes from Amazon – and Didn’t Pay for Anything” from 30 Nov 2021].

b) *Whether your sister has the claw-clip style down or is new to the game, this pick is the way to go. Unique and stylish? Check!* [Cosmopolitan online. “Just a Huge List of Gift Ideas Your Sister Will Totally L-O-V-E” from 1 Dec 2021].

c) *This sweater will keep cozy and looking chic during the winter months* [Cosmopolitan online. “Gasp: Nordstrom’s Cyber Monday 2021 Deals Are Still Happening Rn” from 29 Nov 2021].

Как видно из вышеприведенных примеров, в первом репрезентирована красота человека (женщины) помощью такого эпитета, как *kind of disco-fantastic*, в двух последующих примерах в качестве красивых объектов представлены стиль одежды (*unique and stylish*) и предмет одежды (*sweater...looking chic*).

3. A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful).

Данный понятийный признак подразумевает различные изделия и продукты, выпускаемые современной индустрией красоты, а также услуги

салонов красоты различного направления, ориентированные на привлечение клиентов предложениями по усилению их внешней, физической привлекательности последних. Объектами, которые подвержены манипуляциям по совершенствованию их внешней красоты, чаще всего становятся губы, зубы, волосы, ногти, кожа человека, при этом часто в статьях репрезентируется определенный стандарт, критерий, который определяет необходимый «потолок» достижения красоты (привлекательности), что представлено в нижеприведенных примерах.

a) *Right now, the Cosmo beauty team considers clean beauty to include brands and products that take people's well-being and the planet's well-being into consideration when being developed, manufactured, and sold* [Cosmopolitan online. "Cosmo's Super-Easy, Not-Confusing Guide to Clean Beauty" from 21 May 2021].

b) *Just like face masks, lip masks are used in skincare for moisturization, exfoliation, and rejuvenation," says board-certified dermatologist Aleta Simmons, MD* [Cosmopolitan online. "15 Best Lip Masks for the Smoothest and Plumpest Lips Ever" from 1 Dec 2021].

c) *Not only will a lip mask hydrate those chapped lips of yours, but a lot of formulas also have plumping ingredients that can make your lips look fuller temporarily* [Cosmopolitan online. "15 Best Lip Masks for the Smoothest and Plumpest Lips Ever" from 1 Dec 2021].

d) *The gel-like consistency feels refreshing on your lips, while the Japanese peach and three rose extracts work to repair dry, damaged lips* [Cosmopolitan online. "15 Best Lip Masks for the Smoothest and Plumpest Lips Ever" from 1 Dec 2021].

f) *I promise it'll help zap up all that sweat and soothe any irritation—and it will legit take you 30 seconds max* [Cosmopolitan online. "Washing My Face Cured My Mask Acne—Here's How" from 23 Jul 2020].

4. Something that is a best (excellent) model of its type. Для данного понятийного признака при характеристике «превосходной модели», «идеала»

свойственно использование не только прилагательных в превосходной степени, но и прилагательных, имеющих значение «уникальности», «единственности», а также ряда существительных, используемых в метафорическом значении, напр.: *perfect, a win-win, unique, iconic, a bomb, best, most, etcetera*. Это делается для того, чтобы подчеркнуть в глазах потенциального клиента «неповторимость» предлагаемого к покупке аксессуара, косметического средства, предмета одежды и т.д., что репрезентировано в нижеприведенных примерах.

a) *Everyone needs an LBD in their closet, and this gorg mesh dress (which is made from recycled fibers and can be worn on or off the shoulder) is the perfect pick* [Cosmopolitan online. “30 Fabulous 21st Birthday Gift Ideas for Celebrating Their Big Day Right” from 1 Dec 2021].

b) *Talk about a win-win—a budget-friendly and thoughtful gift!* [Cosmopolitan online. “30 Fabulous 21st Birthday Gift Ideas for Celebrating Their Big Day Right” from 1 Dec 2021].

c) *For the uninitiated, Sweaty Betty stands apart in the oversaturated space that is women’s activewear and athleisure thanks to its unique styles (have you seen this adorable poncho?) and wildly comfortable leggings.*

d) *A vegan bath bomb that smells like raspberry and only costs \$4? Yes please* [Cosmopolitan online. “45 Actually Awesome Gifts That Are Under \$5 (Yes, Really)” from 1 Dec 2021].

f) *When it comes to buying gifts...After all, your favorite people deserve the best gifts* [Cosmopolitan online. “45 Actually Awesome Gifts That Are Under \$5 (Yes, Really)” from 1 Dec 2021].

e) *The Most Iconic Shoe Moments in Movie History* [Cosmopolitan online. “The Most Iconic Shoe Moments in Movie History” from 2 Dec 2021].

5. A combination of qualities that gives the aesthetic emotions (pleases the mind). Данный понятийный признак предполагает наличие в человеке/объекте определенных качеств, которые способны вызывать эстетические переживания (чувства наслаждения, удовольствия) у тех, кто

входит в соприкосновение с данным человеком или объектом. В следующем ниже примере предмет женской одежды представлен как вещь, способная вызвать подобное ощущение эстетического удовольствия, на что указывает английский глагол *to please*:

a) *Clothes on or clothes off, this steamy strapless bra is sure to please* [Cosmopolitan online. “The 10 Best Strapless Bras for Small Chests Are All Right Here” from 1 Dec 2021].

6. Something is a beauty when it looks out good. Данный понятийный признак английского концепта “beauty” репрезентирован в статьях журнала Cosmopolitan посредством таких прилагательных как *oversized, fashionable, kissable, etc.* Здесь представляется, что красота объекта находится в тесной взаимосвязи с актуальным спросом на него, интересом к нему со стороны любых (всех) групп населения (о чем свидетельствует, например, глагол *oversized* (размер для всех)).

a) *The ideal sweatshirt must be oversized and fashionable* [Cosmopolitan online. “Just a Huge List of Gift Ideas Your Sister Will Totally L-O-V-E” from 1 Dec 2021].

На следующем этапе исследования был проведен количественный анализ рассмотренных выше понятийных признаков английского концепта “beauty”, сводная таблица с полученными результатами представлена ниже.

Таблица 5. Сводная таблица понятийных признаков английского концепта “beauty”

№№	Понятийный признак	Кол-во	Процентное соотношение (%)
1.	The quality of being beautiful (attractive)	51	10,6%
2.	Beauty (person, woman), beautiful thing	84	21,9%

3.	A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)	111	33,7%
4.	Something that is a best (excellent) model of its type	58	12,1%
5.	A combination of qualities that gives the aesthetic emotions (pleases the mind)	44	8,7%
6.	Something is a beauty when it looks out good	63	13,0%
	ИТОГО	411	100%

На основе данных, представленных в Таблице 5, можно сделать следующие выводы:

1) Наибольшей частотностью использования в статьях журнала Cosmopolitan отличается понятийный признак “A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)” (33,7%), что свидетельствует о характерной тенденции современного общества в целом, и индустрии красоты, в частности, к превращению понятия красоты (прежде всего, внешней, физической) в бизнес, коммерцию, товарно-денежные отношения, в которых, с одной стороны, выступает тщеславное желание клиента быть (или стать) привлекательным, а с другой стороны – стремление производителя получить с этого хороший доход;

2) Вторым по частотности использования выступает понятийный признак “Beauty (person, woman), beautiful thing” (21,9%), что также, как и в примере с вышеприведенным признаком, характерно для современной индустрии красоты и моды, где, в первую очередь, эталоном считается внешняя привлекательность человека/объекта;

3) Третье, четвертое и пятое места по частотности использования в статьях журнала Cosmopolitan разделили такие понятийные признаки как

“Something is a beauty when it looks out good” (13,0%), “Something that is a best (excellent) model of its type (12,1%) и “The quality of being beautiful (attractive)” (10,6%) соответственно;

4) Последнее место по частотности использования занял понятийный признак “A combination of qualities that gives the aesthetic emotions (pleases the mind)” (8,7%), что вполне понятно, поскольку эстетические эмоции как феномен душевного порядка не рассматриваются в бизнесе красоты и мире денег в качестве особо значимых.

2.4. Образные признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале *Cosmopolitan*

Как уже указывалось выше, среди трех ключевых компонентов лингвокультурологического концепта ученые выделяют также образную составляющую.

По мнению В.И. Карасик, «образная составляющая концепта включает в себя зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые, обонятельные свойства предметов/явлений, запечатленных в человеческой памяти» [Карасик 2001, с. 75–76].

Помимо вышеперечисленных – перцептивных – признаков, образная составляющая английского концепта “beauty” включает в себя также когнитивные, антропоморфные, бытийные признаки, которые рассмотрены ниже на материале статей журнала *Cosmopolitan*.

В состав перцептивных признаков концепта “beauty” входят такие составляющие как зрительная, тактильная, звуковая, вкусовая, обонятельная. Примеров вкусового и звукового компонентов рассматриваемого концепта

найти не удалось. Зрительные признаки в первую очередь связаны с мыслью о физической (внешней) красоте созерцаемого человека/предмета:

a) *The ultra-moisturizing lotion makes skin look instantly more dewy* [Cosmopolitan online. “21 Natural and Organic Makeup Products You Need to Try” from 9 Sep 2021].

b) *...this creamy gel pigment can be used on your eyes as an illuminating eyeshadow* [Cosmopolitan online. “21 Natural and Organic Makeup Products You Need to Try” from 9 Sep 2021].

c) *The more layers, the more defined your look will be* [Cosmopolitan online. “16 Best Contour Kits to Sculpt and Lift Your Cheekbones” from 9 Dec 2021].

Зрительные признаки также выражаются посредством реализации предложений, связанных с различными цветами и их оттенками:

d) *I love this soft gold shade, but the formula comes in three other hues (copper, violet, and clear shimmer), so you can pick and choose for your vibes* [Cosmopolitan online. “21 Natural and Organic Makeup Products You Need to Try” from 9 Sep 2021].

Реализация тактильных признаков концепта “beauty” осуществляется чаще всего, согласно отобраннным примерам, при характеристике состояния кожи и волос человека, напр.:

So rather than your hair blowing wildly into the wind (which = tangles/flyaways/nightmares), a diffuser cups and nestles your hair in one place while it dries [Cosmopolitan online. “17 Best Hair Diffusers for Curly Hair and How to Use Them” from 19 Nov 2021].

Some of the most common natural ingredients found in clean formulas, like essential oils, citrus extracts, and natural fragrances, are also common causes of skin irritation and allergies [Cosmopolitan online. “Clean Beauty Has a Misinformation Problem” from 24 May 2021].

...aloe vera juice, and niacinamide to deeply hydrate and moisturize your skin [Cosmopolitan online. “25 Best Natural Skincare Products and Brands to Try ASAP” from 30 Nov 2021].

Обонятельные признаки рассматриваемого концепта реализуются часто при описании различных аксессуаров, предметов роскоши:

Orrr you could spoil yourself rotten with this supes adorbs candle that actually smells like a floral arrangement [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You’re Worth It” from 8 Dec 2021].

Реализация когнитивных признаков основана на репрезентации плантоморфных (ботанических) представлений о красоте, чему доказательством может служить приведенный ниже пример:

Some of the most poisonous ingredients in the world—like botulinum toxin and arsenic – come from nature [Cosmopolitan online. “Clean Beauty Has a Misinformation Problem” from 24 May 2021].

Антропоморфные признаки концепта “beauty” основаны на репрезентации людей, вовлеченных в работу в рамках индустрии красоты и «одержимых красотой», как об этом говорится в нижеследующем примере:

Let me start by saying I realize this is a VERY small (like, so, so small) problem considering the current global crisis, but as a skin-obsessed beauty editor, I need to say it... [Cosmopolitan online. “Cloth Mask Acne Is a Real Thing – Here’s How I Cured Mine” from 6 May 2020].

Антропоморфные признаки также предполагают указание имен собственных людей, так или иначе связанных с индустрией красоты:

It’s relatively strong, though, so if your skin is especially sensitive and you’re a retinol newbie, “try a retinaldehyde, like Avene Retrinal [Cosmopolitan online. “How to Treat Cystic Acne at Home and With a Dermatologist” from 21 April 2020].

Основу бытийных признаков концепта “beauty” составляют особенности мировоззрения человека, представление о его жизненной цели,

ответственности перед собой и обществом в целом, выбор, способность принимать решение, которое будет способствовать благополучию личности, принимающей данное решение.

a) *And the thing is, the more misinformation we all believe, the less willing we'll be to tiptoe into the clean beauty space and actually make some very necessary changes for the world* [Cosmopolitan online. "Clean Beauty Has a Misinformation Problem" from 24 May 2021].

b) *That's not to say the occasional unsafe product can't slip through the cracks, though, so you still want to have a healthy amount of skepticism before you add any to your cart—and also be weary of where that cart is* [Cosmopolitan online. "Clean Beauty Has a Misinformation Problem" from 24 May 2021].

c) *Choose to be informed by data from reputable sources, experts, and scientists—not some random person on your social feed* [Cosmopolitan online. "Clean Beauty Has a Misinformation Problem" from 24 May 2021].

d) *The world of natural skincare can be confusing as hell* [Cosmopolitan online. "25 Best Natural Skincare Products and Brands to Try ASAP" from 30 Nov 2021].

e) *you're in luck because I found the 16 best contour kits for every skin tone and type* [Cosmopolitan online. "16 Best Contour Kits to Sculpt and Lift Your Cheekbones" from 9 Dec 2021].

f) *the best sustainable beauty brands doing actual good for the world, and a breakdown on why you really, really need to care about blue beauty right now* [Cosmopolitan online. "Clean Beauty Has a Misinformation Problem" from 24 May 2021].

Ниже в сводной Таблице 6 представлены данные, полученные в ходе анализа примеров образных признаков концепта "beauty".

Таблица 6. Сводная таблица образных признаков английского концепта "beauty"

Образные признаки	Значение	Кол-во примеров	Процентное соотношение %
перцептивные	зрительные	46	20,9%
	тактильные	21	5,4%
	звуковые	0	0%
	вкусовые	0	0%
	обонятельные	6	1,0%
когнитивные	плантоморфные (ботанические)	17	4,9%
антропоморфные	человек	77	41,1%
	особенности человека	38	13,0%
бытийные	жизненная цель	20	5,4%
	мировоззрение	12	2,2%
	ответственность	11	1,8%
	выбор (принятие правильного решения)	16	4,1%
Итого		261	100%

Таким образом, на основе полученных данных, представленных в сводной Таблице 6, можно сделать вывод, что наиболее частотным в плане реализации в статьях журнала Cosmopolitan являются перцептивный (зрительный) и антропоморфный признаки английского концепта “beauty”, поскольку красота, по представлениям деятелей данной индустрии, это, в первую очередь, привлекательный, красивый человек. Большая частотность репрезентации зрительного признака также говорит о том, что красота в современном английском обществе ассоциируется с видимой, внешней,

физической привлекательностью мужчины или женщины. Процентное соотношение бытийных признаков (13,5% в целом) свидетельствует о стремлении англичан сделать красоту целью своей жизни и основой собственного мировосприятия.

2.5. Символические признаки концепта “beauty” и их репрезентация в журнале Cosmopolitan

На основе анализа примеров, отобранных с помощью сплошной выборки, были выделены следующие шесть символических признаков английского концепта “beauty”: мода, здоровье, комфорт, престиж, богатство (роскошь), тщеславие.

Реализация символического признака «мода» представлена в категории «модная одежда, прически, аксессуары (так называемый последний писк моды)», за последними новинками которых необходимо следить, если человек хочет окружить себя той красотой, которая считается актуальной на данный момент:

a) And this year, I'm especially excited, because the spring 2022 hair trends are so good [Cosmopolitan online. “30 Best Spring 2022 Hair Trends and Products to Try...Now” from 8 Oct 2021].

b) That's why I can't wait to start wearing these spring 2021 hair trends below [Cosmopolitan online. “10 Spring Hair Trends That Are Going to Be All Over Your Feed” from 15 Jan 2021].

Здоровье (красивая кожа, волосы, зубы) также является неотъемлемым символом красоты:

*a) So, if you're frustrated by skincare shopping or just want to follow a solid routine for healthy, glowing skin without the hassle or trial and error, there's a new brand to get on your radar *STAT* [Cosmopolitan online. “This Entire Skincare Routine (Including Retinol!) Is Under \$50 and Will Transform Your Skin” from 17 Aug 2021].*

Здоровое состояние кожи или волос также может способствовать хорошему настроению, напр.:

b) *...when your hair looks good, it's an instant mood-booster* [Cosmopolitan online. “10 Spring Hair Trends That Are Going to Be All Over Your Feed” from 15 Jan 2021].

С представлением о красоте в тесной связи находится понятие комфорта, поскольку вещь (чаще всего, одежда) должна быть не только красивой, но и удобной:

a) *Heels and sandals are cute and all, but great coverage and comfort will come from these 18 stylish flats* [Cosmopolitan online. “18 of the Most Comfortable Flats That'll Feel Absolutely Heavenly on Your Feet” from 9 Dec 2021].

b) *The inside is made of soft beige leather, and the top is adorned with cashmere pom poms, according to the description, so what's not to love?* [Cosmopolitan online. “18 of the Most Comfortable Flats That'll Feel Absolutely Heavenly on Your Feet” from 9 Dec 2021].

c) *But what about a lightweight wireless bra that's comfy enough to sleep in?* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

d) *There’s just something about a pair of cozy slippers that makes for a seriously good gift* [Cosmopolitan online. “The Sweetest, Most Romantic Valentine’s Day Gifts You Can Score on Amazon” from 29 Nov 2021].

Красота всегда привлекает не только простых людей, но и знаменитостей, поэтому считается престижным иметь то, что есть у так называемых «звезд» этого мира, напр.:

a) *Meghan Markle loves these flats and so do the 500 customers who gave them a perfect 5-star review* [Cosmopolitan online. “18 of the Most Comfortable Flats That'll Feel Absolutely Heavenly on Your Feet” from 9 Dec 2021].

Одним из самых значимых символических признаков рассматриваемого концепта, как показал анализ примеров, является

богатство (роскошь), поскольку по-настоящему красивый объект всегда привлекает внимание, и чем красивее вещь, тем дороже она стоит, тем большую роскошь она представляет:

a) *Below, I've rounded up 35 of the best Valentine's Day gifts for yourself—from a luxury candle that'll sit gorgeously on your coffee table to a fancy blow dryer that's well worth the money* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

b) *...double the chain, double the luxury* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

c) *Go on, babe, indulge in some super luxe-feeling sheets* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

Красота и богатство, в свою очередь, неразрывно связаны с тщеславием, которое удовлетворяет свое стремление обладать красивой вещью:

a) *The scent is “heavenly,” according to one reviewer, and the tiny gold tin is cute enough to display on your vanity* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

Ниже в сводной Таблице 7 представлены данные, полученные в ходе анализа примеров символических признаков концепта “beauty”.

Таблица 7. Сводная таблица символических признаков английского концепта “beauty”

Символические признаки	Кол-во примеров	Процентное соотношение %
Мода (модная одежда, прически, аксессуары)	44	14,6%

Здоровье (красивая кожа, волосы, зубы)	82	27,2%
Комфорт	67	25,1%
Престиж	21	7,5%
Богатство (роскошь)	59	21,3%
Тщеславие	14	4,3%
Итого	287	100%

На основе данных Таблицы 7 можно сделать следующие заключение:

1) Наиболее частотным по репрезентации в статьях журнала Cosmopolitan символическим признаком является *здоровье*, красивая кожа, волосы, зубы также представляют собой основные компоненты в семантическом поле данного признака (27,2%);

2) Вторым по частотности использования символическим признаком, почти с тем же самым процентным соотношением (25,1%) является *комфорт*, поскольку, как указывалось выше, по представлениям современных английских деятелей индустрии красоты, вещь, предмет, аксессуар должны быть не только привлекательными внешне, но и доставлять удобство своему обладателю;

3) Признак *богатство* (21,3%) замыкает тройку самых распространенных символических признаков, поскольку красота всегда ценится дорого, имеет высокую цену и относится разряду роскоши, доступной только состоятельным людям;

4) Менее частотными по реализации в статьях журнала Cosmopolitan оказались такие символические признаки как *мода*, *престиж* и *тщеславие* с процентным соотношением (14,6%), (7,5%) и (4,3%) соответственно.

Следовательно, можно сделать вывод, что представление о красоте британцев, прежде всего, связано с тем, что относится к самому человеку, его состоянию (прежде всего, физическому) и материальным объектам (вещам), его окружающим. Таким образом, здесь невооруженным глазом можно

усмотреть культ «ЭГО», культ человеческого тела, вещизма как актуальных запросов современного англоязычного мира.

2.6. Перевод статей журнала *Cosmopolitan* и лингвистический комментарий

I. Мотивирующие признаки

1) *Here's two reasons why you need this spring 2021 hair trend in your life: A blunt bob shows off your best features (hello, cheekbones) and it makes you look like a boss without even trying* [Cosmopolitan online. “10 Spring Hair Trends That Are Going to Be All Over Your Feed” from 15 Jan 2021].

Вот две причины, по которым вы нуждаетесь в этой весенней причёске 2021: стрижка blunt bob подчеркивает ваши лучшие черты (скулы) и запросто придает вам вид.

При переводе данного предложения на русский язык были использованы лексическое добавление (расширение), транскрипция/транскрибирование, лексическое опущение слова *hello* в связи с его семантической избыточностью в языке перевода.

2) *Salicylic acid, a longtime go-to for clear skin, can penetrate pores and exfoliate the dead skin cells, oil, dirt and other debris that contribute to blemishes* [Cosmopolitan online. “This Entire Skincare Routine (Including Retinol!) Is Under \$50 and Will Transform Your Skin” from 17 Aug 2021].

Салициловая кислота, давно применяемая для очистки кожи, может проникать в поры и отшелушивать омертвевшие клетки кожи, жир, грязь и другие загрязнения, которые способствуют образованию акне.

В этом примере при переводе предложения на русский язык использовались такие переводческие трансформации как транскрипция/транскрибирование, перестановка слов, лексическая замена.

3) *Dresses with pockets are so powerful*. [Cosmopolitan online. “25 Cute Dresses with Pockets You Can't Help But to Show Off to Everyone” from 1 Feb 2021].

Платья с карманами просто великолепны.

В данном примере при переводе использовалась лексическая замена, исходное слово *powerful* – *мощный* было заменено в языке перевода на *великолепный*, поскольку его смысл более сочетается с семантическими нормами русского языка.

4) *A vapor diffuser can level up any room into a spa-like retreat* [Cosmopolitan online. “8 Gifts That Smell Amazing AF” from 23 Nov 2021].

Паровой диффузор может превратить любую комнату в подобие спа-салона.

При переводе данного предложения использовалась такая переводческая трансформация как замена части речи, исходное существительное *A vapor* – *пар* в языке перевода было заменено на прилагательное *паровой*.

5) *Whether your curls are low-porosity, high-porosity, coarse, or fine, your “shampoo” needs to be sulfate-free and moisturizing* [Cosmopolitan online. “3c Hair: The 9 Best Products for Your 3c Curl Type and How to Use Them” from 11 Nov 2020].

Независимо от того, являются ли ваши локоны низкопористыми, высокопористыми, грубыми или тонкими, ваш «шампунь» должен быть увлажняющим и не содержать сульфатов.

В вышеприведенном примере использовались такие переводческие приемы как калькирование и лексическая замена, поскольку английское выражение *sulfate-free* не имеет точного эквивалента в русском языке.

6) *To help you get into the holiday spirit, I found 57 of the cutest Christmas nail art ideas for inspo* [Cosmopolitan online. “57 Christmas Nail Art and Holiday Designs to Copy ASAP” from 23 Nov 2021].

Чтобы помочь вам окунуться в атмосферу праздника, я нашел 57 самых лучших рождественских идей для дизайна ногтей.

В этом примере при переводе предложения использовалась перестановка слов, поскольку, по правилам русского языка, определяющее слово должно стоять после определяемого. Также здесь использовалась лексическая замена (подбор синонима).

7) Live your best maximalist life by DIYing this masterpiece with a vibrant yellow liner and tiny press-on crystals [Cosmopolitan online. “Epic Eye Makeup: 5 Trends You Should Go Ahead and Try Already” from Jan 21 2020].

Живите жизнью максималиста, создавая шедевр ярким желтым лайнером и крошечными прессованными кристаллами.

В приведенном выше примере при переводе английского предложения на русский язык использовались такие переводческие трансформации как транскрипция/транскрибирование, лексическая замена, лексическое опущение.

8) For the friend who orders anything pumpkin-related on the reg, the Beloved Pumpkin & Tonka Candle makes a pretty perfect gift [Cosmopolitan online. “8 Gifts That Smell Amazing AF” from Nov 23 2021].

Для друга, который заказывает что-нибудь, связанное с тыквой на Рег, покупка от Beloved Pumpkin & Tonka Candle станет идеальным подарком.

При переводе вышеуказанного предложения были использованы такие трансформации как лексическое добавление и лексическое опущение, оба эти переводческих приема применялись для достижения оптимального значения исходного текста в языке перевода в соответствии с семантическими нормами последнего.

9) If you want long nails but aren't into acrylics (which can be damaging), try gel extensions for these bbs [Cosmopolitan online. “These candy cane Christmas nails” from 23 Nov 2021].

Если вы хотите длинные ногти, но не любите акрил (который может быть вредным), попробуйте гелевое наращивание для ногтей.

В данном примере при переводе использовались дословный перевод, лексическое опущение.

10) To give her hair a glossy boost Lauren uses TRESemmé Gloss Clear High-Shine Deep Conditioner every two weeks [Cosmopolitan online. “Our Deputy Beauty Editor Shares All Her Pro Hair Secrets” from 24 Nov 2021].

Чтобы придать волосам блеск, Лорен каждые две недели использует кондиционер TRESemmé Gloss Clear High-Shine Deep Conditioner.

При переводе этого предложения на русский язык применено лексическое добавление (расширение), это было необходимо в связи с уточнением смысла оригинала в языке перевода.

II. Понятийные признаки

1) In fact, 53 percent of you said you were unclear on what clean beauty even is –which is exactly why I created this quickie guide for you [Cosmopolitan online. “Cosmo’s Super-Easy, Not-Confusing Guide to Clean Beauty” from 21 May 2021].

Фактически, 53 процента из вас сказали, что не совсем понимают, что такое чистая красота – именно поэтому я создал для вас это краткое руководство.

2) Stay cozy and cute in this gorgeous neutral coat [Cosmopolitan online. “Here’s What You Should Be Shopping at Farfetch’s EPIC Cyber Monday Sale” from 30 Nov 2021].

Пусть вам будет уютно и стильно в этом великолепном пальто нейтрального цвета.

При переводе вышеприведенного предложения на русский язык использовались такие переводческие трансформации как лексическое добавление (расширение) с целью более точной и полной передачи смысла оригинала и лексическая замена. Последняя была использована для

оптимальной адаптации оригинального текста к семантическим нормам языка перевода.

3) *Every NYE I always wind up trying a look that's kind of disco-fantastic, and this year I zeroed in on this dark gunmetal shiner* [Cosmopolitan online. "I Ordered \$660 of Party Clothes from Amazon – and Didn't Pay for Anything" from 30 Nov 2021].

Всегда под Новый Год я пробую выглядеть фантастически в стиле диско, и в этом году я сосредоточилась на этом блеске с цветом темного металла, как у нагана.

Данном примере при переводе оригинального предложения на русский язык использовались лексическая замена, лексическое опущение и описательный перевод, который потребовался для разъяснения точного смысла, заложенного в английском слове с двумя основами: *gunmetal* – *металлический, как у нагана*.

4) *Whether your sister has the claw-clip style down or is new to the game, this pick is the way to go. Unique and stylish? Check!* [Cosmopolitan online. "Just a Huge List of Gift Ideas Your Sister Will Totally L-O-V-E" from 1 Dec 2021].

Независимо от того, использует ли ваша сестра стильный зажим для ногтей или она еще об этом не знает, этот выбор – правильный. Уникально и стильно? Проверь!

При переводе данного предложения на русский язык использовались следующие переводческие трансформации: замена части речи, компенсационная замена, дословный перевод.

5) *This sweater will keep cozy and looking chic during the winter months* [Cosmopolitan online. "Gasp: Nordstrom's Cyber Monday 2021 Deals Are Still Happening Rn" from 29 Nov 2021].

Этот свитер сохранит комфорт и будет выглядеть шикарно в зимние месяцы.

При переводе вышеприведенного предложения были использованы замена части речи, дословный перевод.

6) *Right now, the Cosmo beauty team considers clean beauty to include brands and products that take people's well-being and the planet's well-being into consideration when being developed, manufactured, and sold* [Cosmopolitan online. "Cosmo's Super-Easy, Not-Confusing Guide to Clean Beauty" from 21 May 2021].

В настоящее время команда Cosmo Beauty считает, что чистая красота включает в себя бренды и продукты, которые при разработке, производстве и продаже ориентированы на благополучие людей и планеты.

В данном примере представлена такая трансформация, использованная при переводе предложения, как перестановка слов, что было связано с целью оптимальной адаптации перевода к грамматическим нормам русского языка.

7) *Just like face masks, lip masks are used in skincare for moisturization, exfoliation, and rejuvenation," says board-certified dermatologist Aleta Simmons, MD* [Cosmopolitan online. "15 Best Lip Masks for the Smoothest and Plumpest Lips Ever" from 1 Dec 2021].

Как и маски для лица, маски для губ используются в уходе за кожей для увлажнения, отшелушивания и омоложения», – говорит сертифицированный дерматолог Алета Симмонс, доктор медицины.

Вышеприведенное предложение было переведено на русский язык с использованием таких переводческих приемов, как перестановка слов, транскрипция/транскрибирование.

III. Образные признаки

1) *The ultra-moisturizing lotion makes skin look instantly more dewy* [Cosmopolitan online. "21 Natural and Organic Makeup Products You Need to Try" from 9 Sep 2021].

Ультра-увлажняющий лосьон мгновенно делает кожу более увлажненной.

Перевод данного предложения на русский язык был проведен с использованием лексического опущения, калькирования, транскрипции/транскрибирования, перестановки слов.

2) *Some of the most common natural ingredients found in clean formulas, like essential oils, citrus extracts, and natural fragrances, are also common causes of skin irritation and allergies [Cosmopolitan online. “Clean Beauty Has a Misinformation Problem” from 24 May 2021].*

Некоторые из наиболее распространенных натуральных ингредиентов, содержащихся в чистых формулах, такие как эфирные масла, экстракты цитрусовых и натуральные ароматизаторы, также являются частыми причинами раздражения кожи и аллергии.

При переводе данного предложения использовались такие переводческие трансформации, как перестановка слов, транскрипция/транскрибирование, калькирование.

3) *Some of the most poisonous ingredients in the world—like botulinum toxin and arsenic – come from nature [Cosmopolitan online. “Clean Beauty Has a Misinformation Problem” from 24 May 2021].*

Некоторые из самых ядовитых ингредиентов в мире, такие как ботулотоксин и мышьяк – природного происхождения.

Адекватный перевод смысла данного предложения на русский язык требовал использования таких трансформаций как транскрипция/транскрибирование и лексическая замена.

4) *It’s relatively strong, though, so if your skin is especially sensitive and you’re a retinol newbie, “try a retinaldehyde, like Avene Retrinal [Cosmopolitan online. “How to Treat Cystic Acne at Home and With a Dermatologist” from 21 April 2020].*

Однако он относительно прочный, поэтому, если ваша кожа особенно чувствительна, и вы еще не использовали ретинол, попробуйте ретинольдегид, например Avene Retrinal.

В вышеуказанном предложении передача адекватного смысла оригинала в языке перевода потребовала применения таких переводческих приемов как лексическая замена, транскрипция/транскрибирование.

5) *That's not to say the occasional unsafe product can't slip through the cracks, though, so you still want to have a healthy amount of skepticism before you add any to your cart...* [Cosmopolitan online. "Clean Beauty Has a Misinformation Problem" from 24 May 2021].

Нельзя утверждать, что случайный небезопасный продукт не может проскользнуть сквозь трещины, поэтому вам следует обладать здоровой долей скептицизма, прежде чем добавлять его в свою корзину...

При переводе данного предложения на русский язык использовались транскрипция / транскрибирование, лексическая замена, калькирование, лексическое опущение.

III. Символические признаки

1) *And this year, I'm especially excited, because the spring 2022 hair trends are so good* [Cosmopolitan online. "30 Best Spring 2022 Hair Trends and Products to Try...Now" from 8 Oct 2021].

В этом году я особенно взволнована, поскольку тенденции весенних причесок 2022 года очень хороши.

Перевод данного предложения на русский язык потребовал использования таких трансформаций как дословный перевод, перестановка слов, что было обусловлено необходимостью адаптировать оригинальный текст в языке перевода к семантическим и грамматическим нормам последнего.

2) *So, if you're frustrated by skincare shopping or just want to follow a solid routine for healthy, glowing skin without the hassle or trial and error, there's a new brand to get on your radar STAT* [Cosmopolitan online. "This Entire Skincare Routine (Including Retinol!) Is Under \$50 and Will Transform Your Skin" from 17 Aug 2021].

Итак, если вы разочарованы покупками средств по уходу за кожей или просто хотите без проблем придерживаться обычного ухода за здоровой, сияющей кожей, есть новый бренд *STAT*, который вам в этом поможет.

Такие переводческие трансформации, как перестановка слов, компенсационная замена, дословный перевод, были использованы при переводе данного предложения на русский язык.

3) *The inside is made of soft beige leather, and the top is adorned with cashmere pom poms, according to the description, so what's not to love?* [Cosmopolitan online. “18 of the Most Comfortable Flats That'll Feel Absolutely Heavenly on Your Feet” from 9 Dec2021].

Внутренняя часть сделана из мягкой бежевой кожи, а верх украшен кашемировыми помпонами, согласно описанию. Разве можно это не любить?

В данном предложении при переводе его на русский язык использовались лексическое добавление, транскрипция/транскрибирование, членение одного предложения на два самостоятельных. Членение предложения было сделано с целью избежать семантической перегруженности в одном предложении.

4) *Meghan Markle loves these flats and so do the 500 customers who gave them a perfect 5-star review* [Cosmopolitan online. “18 of the Most Comfortable Flats That'll Feel Absolutely Heavenly on Your Feet” from 9 Dec2021].

Меган Маркл любит эти номера, равно как и 500 клиентов, оставивших им 5-звездочный отзыв.

При переводе вышеприведенного предложения использовались такие переводческие приемы как транскрипция/транскрибирование и калькирование.

5) *...double the chain, double the luxury* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

Двойная цепочка, двойная роскошь.

Здесь был использован дословный перевод.

6) *The scent is “heavenly,” according to one reviewer, and the tiny gold tin is cute enough to display on your vanity* [Cosmopolitan online. “35 Valentine’s

Day Gifts to Spoil Your Own Damn Self Because You're Worth It” from 8 Dec 2021].

По словам одного из рецензентов, аромат – «небесный», а крошечный золотой флакон достаточно мил, чтобы потешить ваше тщеславие.

При переводе в данном примере использовались перестановка слов и лексическая замена.

Ниже в сводной Таблице 8 представлены результаты, полученные в ходе перевода статей журнала Cosmopolitan, содержащих английский концепт “beauty”.

Таблица 8. Сводная Таблица результатов перевода статей журнала Cosmopolitan, характеризующихся содержанием английского концепта “beauty”

№№	Переводческая трансформация	Количество	Процентное соотношение %
1.	Лексическая замена	11	17,2%
2.	Дословный перевод	6	13,5%
3.	Транскрипция / транскрибирование	11	17,2%
4.	Членение предложения	1	1,0%
5.	Компенсационная замена	2	2,0%
6.	Перестановка слов	8	14,1%
7.	Лексическое опущение	6	13,5%
8.	Лексическое добавление (расширение)	6	13,5%
9.	Калькирование	4	8,0%
ИТОГО		55	100%

Таким образом, на основе данных вышеприведенной Таблицы 8 можно сделать вывод, что наиболее частотными переводческими приемами, используемыми при переводе текстов журнала Cosmopolitan, содержащих

английский концепт “beauty”, являются лексическая замена (17,2%) и транскрипция / транскрибирование (17,2%). Использование лексической замены при переводе обусловлено тем, что авторы статей часто при характеристике того или иного продукта / услуги индустрии красоты используют игру слов или неологизмы, для которых трудно найти соответствующий эквивалент в языке перевода. Вторую позицию по частотности использования занимает перестановка слов в предложении (14,1%), что обусловлено разницей в грамматической расстановке слов в английском и русском предложениях. На третьем месте по частотности их использования в процессе перевода находятся такие переводческие приемы, как дословный перевод (13,5%), лексическое опущение (13,5%) и лексическое расширение (13,5%). Использование таких трансформаций связано с необходимостью, с одной стороны, избежать лексической избыточности в языке перевода (лексическое опущение), с другой стороны, уточнить и дополнить при переводе смысл оригинального текста, характеризующего концепт “beauty”. Калькирование (8,0%), компенсационная замена (2,0%) и членение предложения (1,0%) по частотности использования занимают четвертое, пятое и шестое место соответственно.

Выводы по Главе 2

Специфика английского концепта “beauty” была исследована согласно методике М.В. Пименовой – профессора Кемеровской школы концептуальных исследований. Положения и принципы методики, разработанной ученым, позволяют охватить значение концепта в полном

объеме, выделить всю совокупность признаков, входящих в его структуру. На основании проведенного анализа мотивирующих, понятийных, образных и символических признаков были сделаны следующие выводы:

1) В процессе исследования было выявлено следующие три мотивирующих признаков концепта “beauty”, “physical attractiveness” (физическая привлекательность), “goodness” (доброта, совершенство), “courtesy” (вежливость, любезность). Наибольшая частотность репрезентации в английской языковой картине мира принадлежит мотивирующему признаку “Physical attractiveness” (физическая привлекательность), выражающему значение «физическая привлекательность человека» (50,1 %). Вторым по частотности использования является мотивирующий признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность) с выражением значения «физическая привлекательность предмета» (19,8%). Третью позицию по частотности репрезентации в английской языковой картине мира занимает мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство)”, выражающий значение «побуждения к действию» (9,6%). Мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство)” с выражением значения «благотворного стимула», «вдохновения красотой» занимает четвертую позицию по частотности репрезентации в статьях журнала Cosmopolitan, тогда как частотность реализации мотивирующего признака “goodness” (доброта, совершенство)” с выражением значений «дружеское предложение, участие» (6,8%) и «прекрасный (совершенный) дар» (4,7%) занимает пятое и шестое место соответственно.

Мотивирующий признак “courtesy” (вежливость, любезность), выражающий значение «стимулирующего описания красоты другого человека» в английской языковой картине мира занимает по частотности репрезентации последнее место (1,0%), что связано со стремлением издателей журнала Cosmopolitan обратить внимания реципиента, прежде всего, на внешнее, физическое проявление понятия “beauty” (красота), а

также усилить интерес читателя к физическим средствам (предметам) ее достижения.

2) В ходе анализа было выделено и классифицировано шесть понятийных признаков концепта “beauty”, таких, как “The quality of being beautiful (attractive)”, “Beauty (person, woman), beautiful thing”, “A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)”, “Something that is a best (excellent) model of its type”, “A combination of qualities that gives the aesthetic emotions (pleases the mind)”, “Something is a beauty when it looks out good”.

Изучение словарных статей современных толковых словарей показало, что некоторые из указанных признаков представлены не во всех изученных словарях. Так, признак “A product or treatment that can make somebody (something) beautiful” отсутствует в более старых словарях, так как он появился лишь благодаря развитию индустрии красоты в XX-XXI вв. и, таким образом, был зафиксирован в словарях более позднего периода. Также было выявлено, что наибольшей частотностью использования в статьях журнала *Cosmopolitan* характеризуется понятийный признак “A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)” (33,7%), что свидетельствует о формировании тенденции современного общества к превращению понятия красоты (в первую очередь, физической) в бизнес, приносящий неплохой доход и дивиденды.

3) Изучение современной научной литературы по вопросу структуры рассматриваемого концепта показало, что образная составляющая английского концепта “beauty” включает в себя следующие признаки: перцептивные (зрительные, тактильные, звуковые, вкусовые, обонятельные), когнитивные (плантоморфные или ботанические), антропоморфные (человек, особенности человека), бытийные (жизненная цель, мировоззрение, ответственность, выбор, (принятие правильного решения)). На основе полученных в ходе анализа данных удалось установить, что наиболее частотными по реализации в статьях журнала *Cosmopolitan*

являются перцептивный (зрительный) и антропоморфный признаки концепта “beauty”, так как красота, согласно представлениям деятелей этой индустрии, это, прежде всего, привлекательный человек (мужчина или женщина). Большая частотность реализации зрительного признака также свидетельствует о тесной связи понятия «красота» с видимой, внешней, физической привлекательностью человека в представлениях современных британцев.

4) В процессе исследования было выявлено шесть следующих символических признаков концепта “beauty”: мода, здоровье, комфорт, престиж, богатство (роскошь), тщеславие. Наиболее частотным по реализации символическим признаком (27,2%) является *здоровье*, включающим в себя такие компоненты как *кожа, волосы, зубы*, что свидетельствует об интересе современных англичан к поддержанию, прежде всего, внешней привлекательности человека. Вторым по частотности репрезентации символическим признаком, так же со значительным процентным соотношением (25,1%) является *комфорт*, так как производители и потребители красоты полагают, что красивая вещь (в первую очередь, одежда) должна не только привлекать взгляд своим внешним видом, но и быть комфортной, удобной. Третьим по частотности реализации в статьях журнала *Cosmopolitan* символическим признаком является *богатство* (21,3%), это связано с тем, что красота всегда высоко ценится, представляет собой понятие или предмет роскоши, что доступно часто лишь состоятельным людям, поэтому, те, кто ею обладают, считают рассматривают красоту как богатство. На четвертом, пятом и шестом местах по частотности репрезентации в статьях журнала *Cosmopolitan* оказались такие символические признаки концепта “beauty” как *мода* (14,6%), *престиж* (7,5%) и *тщеславие* (4,3%), что говорит о тесной взаимосвязи понятия «красота» в современном английском обществе с необходимостью учета тех или иных модных тенденций, приобретением модных стильных новинок гардероба. Также красота неразрывно связано с понятием «престиж»,

поскольку, как полагают деятели индустрии красоты, да и сами потребители, быть красивым – это престижно, тем более, если данную точку зрения разделяют и продвигают люди с высоким статусом в обществе (знаменитости).

5) Наиболее частотными переводческими приемами, используемыми при переводе текстов журнала *Cosmopolitan*, содержащих английский концепт “beauty”, являются лексическая замена (17,2%) и транскрипция / транскрибирование (17,2%). Использование лексической замены при переводе обусловлено тем, что авторы статей часто при характеристике того или иного продукта / услуги индустрии красоты используют игру слов или неологизмы, для которых трудно найти соответствующий эквивалент в языке перевода, тогда как использование транскрипции / транскрибирования предполагает выбор в языке перевода интернационального слова с идентичным значением. Наименее частотными по использованию при переводе статей журнала *Cosmopolitan* стали такие переводческие трансформации, как калькирование (8,0%), компенсационная замена (2,0%) и членение предложения (1,0%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная магистерская диссертация посвящена исследованию специфики лингвокультурологической структуры английского концепта “beauty”. В ходе анализа научных работ современных ученых-языковедов (В.И. Карасик, В.А. Маслова, З.Д. Попова, И.А. Стернин и др.) по вопросу изучения особенностей концепта в рамках современной лингвокультурологии, было выявлено, что языковая картина мира, заключая в себе многоуровневую структуру культурных достижений народа, представляет собой способ концептуализации его мировоззрения, формирование которого в сознании определенного языкового сообщества обусловлено исторически, с отражением в языке всей приобретенной данным сообществом информации об окружающем мире. Детальное изучение проблемы ключевых подходов к исследованию теории рассматриваемого концепта дало возможность выделить два основных на данный момент направления, а именно: лингвокультурологическое направление и когнитивное.

В рамках настоящей работы английский концепт “beauty” рассматривается в качестве сложной ментальной единицы, которая, обладая различными аспектами когнитивного свойства, в процессе функционирования воссоздает свои семантические слои и разнообразные признаки. В соответствии с методикой, разработанной известным отечественным лингвистом, профессором Кемеровской школы концептуальных исследований М.В. Пименовой, было рассмотрено проявление лингвокультурологического концепта на базе выделения его основных признаков, таких, как: а) мотивирующие, б) понятийные, в) образные, г) символические.

На основе ключевых положений методики М.В. Пименовой, позволяющей рассмотреть особенности изучаемого концепта в полном объеме, была выявлена совокупность групп концептуальных признаков, составляющих структуру данного концепта.

В ходе анализа примеров было выделено три мотивирующих признака концепта “beauty”, таких как “physical attractiveness” (физическая привлекательность), “goodness” (доброта, совершенство), “courtesy” (вежливость, любезность). Было определено, что наибольшей частотностью репрезентации в статьях журнала *Cosmopolitan* характеризуется признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность) с выражением значения «физическая привлекательность человека», вторым по частотности реализации выступает мотивирующий признак “Physical attractiveness” (физическая привлекательность) с выражением значения «физическая привлекательность предмета», третье место по частотности репрезентации в английской языковой картине мира занимает мотивирующий признак “goodness” (доброта, совершенство)” с выражением значения «побуждение к действию». Такие мотивирующие признаки как “goodness” (доброта, совершенство)” с выражением значения «благотворного стимула», «вдохновения красотой» «дружеское предложение, участие» и «прекрасный (совершенный) дар» занимают четвертое, пятое и шестое место соответственно.

Репрезентация в английской языковой картине мира мотивирующего признака “courtesy” (вежливость, любезность), выражающий значение «стимулирующего описания красоты другого человека» составила 1,0%, что обусловлено ориентированием издателей журнала *Cosmopolitan* прежде всего, на внешнее, физическое проявление понятия “beauty” (красота).

В ходе практического анализа примеров было выявлено шесть следующих понятийных признаков концепта “beauty”: “The quality of being beautiful (attractive)”, “Beauty (person, woman), beautiful thing”, “A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)”, “Something that is a best (excellent) model of its type”, “A combination of qualities that gives the aesthetic emotions (pleases the mind)”, “Something is a beauty when it looks out good”. На базе исследования современных толковых словарей было определено, что ряд указанных выше признаков не зафиксирован в

изученных словарях, что связано с появлением данных признаков концепта в более поздний период истории развития языка. Также было выяснено, что наибольшей частотностью реализации в статьях журнала *Cosmopolitan* отличается понятийный признак “A product or treatment that can make a person more attractive (beautiful)”, что указывает на формирование тенденции современной индустрии красоты в частности, и английского общества в целом превратить красоту (физическую, внешнюю) в бизнес, который приносит значительную прибыль.

Анализ современной научной литературы по проблеме структуры концепта показал, что в образный компонент английского концепта “beauty” включены следующие признаки: перцептивные (зрительные, тактильные, звуковые, вкусовые, обонятельные), когнитивные (плантоморфные или ботанические), антропоморфные (человек, особенности человека), бытийные (жизненная цель, мировоззрение, ответственность, выбор, (принятие правильного решения). В ходе проведенного анализа было установлено, что наибольшей частотностью по репрезентации в статьях журнала *Cosmopolitan* характеризуются перцептивный (зрительный) и антропоморфный признаки концепта “beauty”, поскольку красота, в соответствии с представлениями современных британцев, это, прежде всего, привлекательный внешне, красивый человек (мужчина или женщина).

В процессе исследования было выделено шесть символических признаков концепта “beauty”, таких как: мода, здоровье, комфорт, престиж, богатство (роскошь), тщеславие. Наибольшая частотность реализации в английской языковой картине мира принадлежит символическому признаку *здоровье*, в который входят такие компоненты как *кожа, волосы, зубы*. Данный факт свидетельствует о повышенном интересе деятелей индустрии красоты и потребителей к поддержанию внешней (физической) привлекательности человека. Вторым по частотности репрезентации в английской языковой картине мира символическим признаком является *комфорт*, поскольку, как полагают производители и потребители красоты,

красивая вещь (одежда) должна быть не только привлекательной, но и удобной. Третье место по частотности реализации в статьях журнала *Cosmopolitan* занимает символический признак *богатство*, что обусловлено высокой оценкой красоты, представлением о ней как о явлении/предмете роскоши, доступных состоятельным людям. Четвертое, пятое и шестое место по частотности репрезентации в статьях журнала *Cosmopolitan* занимают такие символические признаки концепта “beauty” как *мода*, *престиж* и *тщеславие*, что свидетельствует о тесной взаимосвязи понятия «красота» в современной английской языковой картине мира с необходимостью учета модных тенденций, касающихся предметов одежды, интерьера/экстерьера, аксессуаров и т.д. В ходе изучения примеров также было выяснено, что понятие о красоте неразрывно связано с понятием «престиж», так как, по мнению деятелей индустрии красоты, самих потребителей и людей, обладающих высоким социальным статусом, быть красивым – это престижно.

При переводе статей журнала *Cosmopolitan*, содержащих английский концепт “beauty”, было выявлено, что наиболее частотными переводческими приемами являются лексическая замена и транскрипция / транскрибирование. Использование приема лексической замены связано с тем, что авторы статей часто при описании того или иного продукта / услуги индустрии красоты прибегают к использованию каламбуров, необычному сочетанию слов или созданию неологизмов, для которых бывает сложно найти соответствующий эквивалент в целевом языке. Использование приема транскрипции / транскрибирования предполагает выбор в языке перевода интернационального слова с идентичным значением. Наименее частотными по использованию при переводе статей журнала *Cosmopolitan* стали такие переводческие трансформации, как калькирование (8,0%), компенсационная замена (2,0%) и членение предложения (1,0%).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абатуров, А.А. Лингвокультурный анализ концепта «Поведение человека» (на материале английского и русского языков) / А.А. Абатуров. – Челябинск: Издательство «Южно–Уральского государственного университета, 2018. – 57 с.
2. Алефиренко, Н.Ф. Лингвокультурология: Ценностно-смысловое пространство языка / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Издательство «Флинта», «Наука», 2010. – 224 с.
3. Апресян, Ю.Д. Интегральное описание языка и системная лексикография. «Языки русской культуры». Избранные труды. / Ю.Д. Апресян. – М.: Школа, 1995. – 766 с.
4. Арутюнова, Н.Д. Предложение и его смысл: логико-семантические проблемы / Н.Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1976. – 384 с.
5. Арутюнова, Н.Д. Введение // Логический анализ языка: Ментальные действия: сб. статей / Под ред. Н. К. Рябцевой. – М.: Наука, 1993. – 176 с.
6. Аскольдов, С.А. Концепт и слово // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология / под ред. В.П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. – С. 267–279.
7. Бабушкин, А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А.П. Бабушкин. – Воронеж: Издательство: «Воронежский государственный университет», 1996. – 104 с.
8. Бархударов, Л.С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода / Л.С. Бархударов. – М.: ЛКИ, 2013. – 235 с.
9. Бастриков, А.В., Бастрикова, Е.М. Лингвокультурные концепты как основа языкового менталитета // Филология и культура. – 2012. – № 3 (29). – С.15–19.
10. Бастриков, А.В., Бастрикова, Е.М. Языковые приемы идентификации личности в пространстве художественного текста (на

примере творчества С.Д. Довлатова) // Учен. зап. Казан. ун-та. – 2018. – Т. 160. – Кн. 5. – С. 1069–1082.

11. Богоявленская, Ю. В. Проблема типологии концептов в современной лингвистике // Лингвокультурология. – 2013. – Вып. 7. – С. 6–16.

12. Болдырев, Н.Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1 (001). – С. 18–36.

13. Воркачев, С. Г. Концепт как «зонтиковый термин» // Язык, сознание, коммуникация. – 2003. – Вып. 24. – М.: ООО «МАКС Пресс», 2003 – С. 5–12.

14. Воркачев, С. Г. Лингвокультурный концепт: типология и области бытования / С.Г. Воркачев. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2007. – 400 с.

15. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию / Гумбольдт В. фон. – М.: Прогресс, 1984. – 400 с.

16. Дементьева, И.А. Антропоцентрический подход к исследованию когнитивной и лингвокультурной деятельности человека // Известия Самарского научного центра РАН. – 2013. – Т.15. – № 2. – С. 30–33.

17. Исрафилова, Д.Ш. Взаимосвязь языка и культуры – как основной объект лингвокультурологии // Вестник ТГГПУ. – 2010. – № 2. – С. 20–29.

18. Енина, Л.А. Лингвокультурный типаж «Британский премьер-министр» как предмет лингвистического изучения // Вестник ЧГУ. – 2007. – № 4. – С. 152–155.

19. Ефремова, М.П. Структурная организация концепта Internal Security (Внутренняя безопасность) в современном английском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – № 9. – Том 12. – С. 224–229.

20. Залевская, А.А. Концепт как достояние индивида // Психолингвистические исследования слова и текста: сб. научных ст. – Тверь: Издательство Тверского государственного университета, 2002. – С. 5–18.

21. Карасик, В.И., Слышкин, Г.Г. Антология концептов / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. – Воронеж: ВГУ, 2001. – С. 75–80.
22. Карасик, В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М: Гнозис, 2004. – 390 с.
23. Карасик, В.И. Стернин, И.А. Антология концептов / В.И. Карасик, И.А. Стернин И.А. – М.: Гнозис, 2007. – 512 с.
24. Караулов, Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 261 с.
25. Касьяненко, Л.С. Взаимодействие языка и культуры // Материалы международной заочной конференции «Актуальные проблемы науки и образования». – 2009. – № 1. – С. 107–111.
26. Киселева, А.М. Понятийные признаки в структуре концепта «муж» (по данным толковых словарей русского языка) // Вестник Кемеровского государственного университета. – 2020. - № 22 (3). – 832–840.
27. Колесов, В.В. Русская ментальность в языке и тексте / В.В. Колесов. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2006. – 624 с.
28. Колесов, В.В., Пименова, М.В. Концептология: учебное пособие. – Изд. 2-е. – Киев: Книжный дом Д. Бураго, 2013. – 248 с.
29. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение. Учебное пособие / В.Н. Комиссаров. - М.: ЭТС. — 2002. — 424 с.
30. Кононова, И.В. Структура лингвокультурного концепта: методы выявления и механизмы // Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. – 2012. – № 1. –Т. 7. – С. 49–60.
31. Кравченко, О.Н. Взаимодействие языка и культуры в процессе обучения русскому языку как иностранному (на примере русских и китайских паремий) // Научные ведомости БелГУ. – 2013. – № 9. – С. 335–339.

32. Красных В.В. Некоторые базовые понятия лингвокультурологии // Русский язык: Исторические судьбы и современность. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. – С. 659–660.
33. Кубрякова, Е.С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е.С. Кубрякова. – М.: Издательство «МГУ», 1997. – 242 с.
34. Латышев, Л.К. Курс перевода (эквивалентность перевода и способы ее достижения / Л.К. Латышев. – М.: «Международные отношения», 1981. – 248 с.
35. Левицкая Т.Р. Пособие по переводу с английского языка на русский / Т.Р. Левицкая. – Москва: Высшая Школа, 1973. – 135 с.
36. Лихачев, Д.С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. – 1997. – № 4. – С. 280–287.
37. Лыткина, О.В. К вопросу о типологии концептов в современной лингвистике // Российский государственный социальный университет. – 2010. – № 2. – С. 68–75.
38. Маслова, В.А. Лингвокультурология / В.А. Маслова. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.
39. Маслова, В.А. Введение в когнитивную лингвистику / В.А. Маслова. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 296 с.
40. Маслова, В.А. Лингвокультурология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений / В. А. Маслова. – М.: Гнозис, 2007. – 319 с.
41. Митяева, А. П. К вопросу о лингвокультурологическом подходе к изучению концептов // Молодой ученый. – 2015. – № 10 (90). – С. 1420–1423.
42. Миньяр-Белоручев, Р.К. Теория и методы перевода / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Московский Лицей, 1996. – 298 с.
43. Мухачева, А.М. Понятийный компонент концепта «пространство» // Молодой ученый. – 2009. – № 11. – С. 185–188.

44. Мыркин, В.Я. Понятие концепт; текст и дискурс; языковая картина мира и речевая картина мира // Проблемы концептуализации действительности и моделирования языковой картины мира. – Архангельск: Поморский государственный университет, 2002. – С. 46–47.

45. Нестерова, Т.Г. Концепт как объект исследований современной лингвистики // Материалы Всероссийской научно-методической конференции. – Оренбург: Издательско-полиграфический комплекс «Университет», 2014. – 2356 с.

46. Пименова, М.В. Концептосфера внутреннего мира человека // Введение в когнитивную лингвистику: учебное пособие / под ред. З.Д. Поповой [и др.]. – Кемерово, 2004. – С. 133–185.

47. Пименова, М. В. Типология структурных элементов концептов внутреннего мира (на примере эмоциональных концептов) / М. В. Пименова // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – №1. – С. 82–90. Пименова, М.В. Методология концептуальных исследований // Антология концептов в 7 томах. – Том 1. – Волгоград: Парадигма, 2005. – С. 15–19.

48. Пожидаева, Е.В. Концепт «Продукты питания» в англоязычной картине мира: лингвокультурологический и лингвокогнитивный подходы // Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова. – 2013. – № 1 (39). – С. 286–295.

49. Попова, З.Д., Стернин, И.А. Понятие «концепт» в лингвистических исследованиях З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Издательство «ВГУ», 2000. – 30 с.

50. Попова, З.Д., Стернин, И.А. Семантико-когнитивный анализ языка / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Издательство «Истоки», 2006. – 226 с.

51. Потехня, А.А. Мысль и язык / А.А. Потехня. – М.: Лабиринт, 1999. – 300 с.

52. Прохоров, Ю.Е. В поисках концепта / Ю.Е. Прохоров. – М.: Флинта: Наука, 2008. – 176 с.

53. Рецкер, Я. И. Теория перевода и переводческая практика: теория и практика перевода / Я.И. Рецкер. – М.: Р.Валент, 2010. –240 с.
54. Рубцова, О.В. Основные научные подходы к изучению концепта // Мордовский государственный национальный исследовательский университет им. Н.П. Огарева. – 2018. – 4 (16). – 22 с.
55. Самситова, Л.Х. Понятие концепта в лингвокультурологии: история развития, структура, классификация // Вестник Башкирского университета. – 2014. – №4. –Т.19. – С.1373–1378.
56. Санжина, Д.Д. Язык и культура // Ученые записки ЗабГУ. – 2012. – № 2. – С. 208–212.
57. Сепир, Э. Язык, раса, культура // Избранные труды по языкознанию и культурологии. – М.: Прогресс, 1993. – С. 185–194.
58. Сергеева, Е.В. Концепт-универсалия и художественный концепт: проблема классификации // Сибирский филологический журнал. – 2006. – № 1–2. –С. 63-69.
59. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе / Г.Г. Слышкин. – М.: Издательство «МГЛУ», 2000. – 141 с.
60. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты / Г.Г. Слышкин. – Волгоград: Издательство «ВГПУ», 2004. – 324 с.
61. Слышкин, Г.Г. Лингвокультурный концепт как системное образование // Вестник ВГУ. 2004. № 1 (29). – С. 29–34.
62. Смирнов, П.И. Универсальные элементы культуры и своеобразие конкретных культур / П. И. Смирнов, Ф. П. Смирнов // Вестник СПбГУ. – № 3. – 2007. – С. 14–22.
63. Степанов, Ю.С. Константы: словарь русской культуры // Ю.С. Степанов. – М.: Академический проект, 2001. – 990 с.
64. Степанов, Ю.С. Концепты: тонкая пленка цивилизации / Ю.С. Степанов. – М.: Язык славянских культур, 2007. – 248 С.

65. Стернин, И.А. Методика исследования структуры концепта / И.А. Стернин. Воронеж: Издательство «ВГУ», 2001. – С. 58–65.
66. Стернин, И.А. Антология концептов: в 2 Т. – Т.1. / И.А. Стернин. – Волгоград: Парадигма, 2005. – 347 с.
67. Татарская, Д.А. Понятие «Концепт» в системе наук о культуре // Вестник МГИМО Университета. – 2014. – №4 (37). – С. 287–293.
68. Токарев, Г.В. Лингвокультурология / Г.В. Токарев. – Тула: ТГПУ им. Л.Н. Толстого, 2009. – 135 с.
69. Толстой, Н.И. Язык и народная культура: Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике / Н.И. Толстой. – М.: Издательство «Индрик», 1995. – 512 с.
70. Уорф, Б.Л. Наука и языкознание / Б. Л. Уорф. – М.: АСТ, 2003. – 576 с.
71. Шведова, Н.Ю. К определению концепта предмета языкознания // Языковая личность: текст, словарь, образ мира: сб. статей. – М.: Изд-во РУДН, 2006. – 506 с.
72. Швейцер А.Д. Теория перевода: статус, проблемы, аспекты / А.Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 214 с.
73. Яковлева, Е.С. Фрагменты русской языковой картины мира: (Модели пространства, времени и восприятия) / Е.С. Яковлева. – М.: Гнозис, 1994. – 343 с.

Литература на иностранных языках

74. Jackendoff, R. Patterns in the minds. Language and human nature / R. Jackendoff. – New York: Harvester Wheatsheaf, 1994. – 246 p.
75. Lakoff, G. Metaphors we live by / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 242 p.

Словари

76. Bailey, N. D., Miller, Philip, Gordon, George. Dictionarium Britannicum, or, A more compleat universal etymological English dictionary than any extant / N. D. Bailey, Miller, Philip, Gordon, George. – London: Printed for T. Cox ..., 1730. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=nyp.33433002977704;view=1up;seq=690>. (дата обращения 12.05.2021).

77. Cambridge dictionary. [web-сайт]. Режим доступа: URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/star>. (дата обращения 11.04.2019).

78. Collins English Dictionary [web-сайт]. Режим доступа: URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/star>. (дата обращения 13.04.2021).

79. Craig, John. A new universal, technological, etymological, and pronouncing dictionary of the English language / John Craig. – London, 1854. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=chi.097057886;view=1up;seq=183>. (дата обращения 17.05.2021).

80. Dictionary.com [web-сайт]. Режим доступа: URL: <https://www.dictionary.com/browse/beauty> (дата обращения 17.05.2019).

81. Donald, J. Chamber`s Etymological dictionary of the English language / J. Donald. – London-Edinburg, 1874. P. 35. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://books.google.ru/books?redir_esc=y&id=oyMFAQAAIAAJ&q=beauty#v=snipet&q=beauty&f=false. (дата обращения 17.05.2021).

82. English Oxford Living Dictionaries [web-сайт]. Режим доступа: URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/star>. (дата обращения 12.04.2019).

83. Harper Douglas R. Online Etymology Dictionary [web-сайт]. Режим доступа: URL: <https://www.etymonline.com/word/beauty>. (дата обращения 17.05.2021).

84. Merriam-Webster [web-сайт]. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/star>. (дата обращения 11.04.2021).

85. Origin and meaning of Webster by Online Etymology Dictionary [web-сайт]. Режим доступа: URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/beauty> (дата обращения 17.05. 2021).

86. Partridge, E. Origins. A Short Etymological Dictionary of Modern English / E. Partridge. – 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.bulgari-istoria-2010.com/Rechnici/An_Etymological_Dictionary_of_Modern_English.pdf. (дата обращения 20.05.2021).

87. Skeat Walter W. A Concise Etymological Dictionary of the English Language / W. Skeat Walter. – Oxford University Press, Ely House, London W. 1882. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://archive.org/details/conciseetymologi002983mbp/page/n61>. (дата обращения 27.05.2021).

88. Skeat Walter W. An etymological dictionary of the English language. By the rev. Walter W. Skeat, M.A. Oxford: Clarendon press. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=l4I3TCuTX-oC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>. (дата обращения 25.05.2021).

89. The Concise Oxford Dictionary of English Etymology / Edited by T. F. Hoad. Oxford University Press, 1996. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.oxfordreference.com/abstract/10.1093/acref/9780192830982.001.0001/acref-9780192830982-e-1310?rskey=AlxZt3&result=1>. (дата обращения 25.05.2021).

Материал исследования

90. Журнал Cosmopolitan [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://www.cosmopolitan.com/> (дата обращения 01.12.2021).