



**Monika Peplińska**

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

## **POJĘCIE *GLAMOUR* W ŚWIADOMOŚCI BYDGOSKICH STUDENTÓW**

**The concept of ‘glamour’ in the minds  
of the Bydgoszcz students**

### **Abstract**

In general the Bydgoszcz students are well aware of the concept of ‘glamour’, they understand it and are able to define it suitably. Respondents refer the notion of ‘glamour’ primarily to fashion, lifestyle, mass culture and magazines for women. On the one hand, students recognize the increasing impact of ‘glamour style’ on the lives of young people, as it is strongly promoted in the mass media; on the other hand, they treat the concept of ‘glamour’– at the level of language – as a result of the linguistic vogue.

Pojęcie *glamour*<sup>1</sup> (a może raczej zjawisko? kategoria? koncepcja?²) to jeden z wielu leksemów, które po przemianach ustrojowych w Polsce na stałe weszły do słownictwa polszczyzny, zwłaszcza jej odmiany potocznej. Znamienne jednak jest to, że żaden słownik współczesnego języka polskiego oraz wyrazów obcych nie notuje leksemu *glamour*, mimo jego funkcjonowania w uzusie, co potwierdza choćby wstępny ogląd materiału korpusowego (dane pochodzące z Korpusu Języka Polskiego oraz Narodowego Korpusu Języka Polskiego – kilkadziesiąt użycie pojęcia *glamour* – o czym niżej), prasowego (zwłaszcza o charakterze plotkarskim, prezentującym życie gwiazd oraz zawierającym porady w zakresie mody i urody, np. *Naszyjnik XXL dodaje glamouru*<sup>3</sup> *niezależnie od pory dnia i okazji; Powodem są nie tylko ubrania w stylu*

1 Pojęcie *glamour* należy do grupy leksykalnych zapożyczeń pośrednich o pierwotnie klasycznym, tj. grecko-łacińskim pochodzeniu, przejętym przez współczesną polszczyznę za pośrednictwem języka angielskiego (H. Rybicka-Nowacka, *Losy wyrazów obcych w języku polskim*, Warszawa 1976, s. 37-54). Na temat grecko-łacińskiej proveniencji leksemu *glamour* zob. np. A. B. Strawińska, *Glamour – magia czy mistyfikacja? Historia i definicja zjawiska w zarysie*, [w:] *Obszary polonistyki. Język – kultura – literatura*, red. J. Pasternak, M. Kułakowska, A. Antas, K. Krzysztoń, Rzeszów 2014, s. 119-128.

2 Do traktowania pojęcia *glamour* w perspektywie kulturowo-społecznej jako pewnej koncepcji, kategorii czy zjawiska skłaniają badania prowadzone przez Anettę Bogusławę Strawińską, która dowodzi, że „szerokie konteksty użycia *glamour* rodzą naturalną ciekawość wyrażającą się w postaci (pozornie naiwnego) pytania: co kryje się pod pojęciem (raczej koncepcją) *glamour*” (cyt. za: A. B. Strawińska, dz. cyt., s. 120). Badaczka, przywołując dane historyczne, sposób funkcjonowania pojęcia *glamour* w tekstach dawnych, wskazując różnorodne konteksty literackie, interpretując rozmaite fakty społeczne, polityczne, przekonuje, by pojęcie *glamour* rozważać w kategorii szerszej – jako zjawiska czy koncepcji. Jednak w niniejszym szkicu, ze względu na sformułowany w tytule problem badawczy, a co za tym idzie – przyjętą perspektywę metodologiczną – pojęcie *glamour* ujmuje się na płaszczyźnie językowej, analizując zgromadzony materiał językowy.

3 Ocena poprawnościowa proponowanej formy budzi pewne wątpliwości, jednak upowszechnienie leksemu, jego polonizowanie poprzez dodanie polskiej końcówki fleksyjnej pozwala uznać rzeczownik *glamour* za rzeczownik męski zakończony spółgłoską poprzez dodanie typowej dla deklinacji męskiej końcówki dopełniacza liczby pojedynczej, analogicznie do utrwalonych w polszczyźnie rzeczowników męskich, mających podobną strukturę i wymowę, np. *dwór – dworu; mur – muru; spór – sporu*. Por. *glamour – glamour-u*.

rockowego glamouru, ale i piękna Izabella Scorupco w roli modelki<sup>4</sup>) czy internetowego<sup>5</sup>.

W Nowym słowniku angielsko-polskim, polsko-angielskim, Wielkim słowniku angielsko-polskim z suplementem, Praktycznym słowniku angielsko-polskim, polsko-angielskim, Słowniku współczesnym angielsko-polskim, polsko-angielskim<sup>6</sup> oraz w internetowym słowniku angielsko-polskim hasło *glamour* zdefiniowane jest następująco: „urok, prestiż, atrakcyjność, splendor, czar, blask, przepych, świetność, blichtr, powab, magia, piękno, wspaniałość, zakłęcie czegoś/kogoś, rodzaj mgły w powietrzu, powodującej, że rzeczy są inne niż w rzeczywistości, wszelkie sztuczne zainteresowanie”<sup>7</sup> (wskazana definicja uwzględnia wszystkie pojawiające się w badanych źródłach leksykograficznych znaczenia pojęcia *glamour*). Wśród typowych kontekstów użycia pojęcia *glamour* pojawiają się konteksty odnoszące się do człowieka (por. *atrakcyjność [of person]*)<sup>8</sup>, pracy, jaką wykonuje (por. *splendor [of job]*) – w tym kon-

<sup>4</sup> Zob. „Flesz” 2014, nr 18/78; „Flesz” 2014, nr 20/79.

<sup>5</sup> Duża liczba wyświetleń pojęcia *glamour* w internecie poświadcza przywołaną tezę (zob. np. portale: Efakt.pl – ponad 25 000 wyświetleń; Kobieta.pl – ponad 23 000; Wieszjak.pl – około 1300 wyświetleń).

<sup>6</sup> *Nowy słownik angielsko-polski, polsko-angielski*, red. J. Linde-Usiekniewicz, P. G. Smith, Warszawa 2005; *Praktyczny słownik angielsko-polski, polsko-angielski*, red. C. M. Schwarz, M. A. Seaton, J. Fisiak, Warszawa 1996; *Słownik współczesny angielsko-polski, polsko-angielski*, red. J. Fisiak, A. Adamska-Sałaciak, M. Idzikowski, Harlow 2004; *Wielki słownik angielsko-polski z suplementem*, red. J. Stanisławski, t. 1, Warszawa 1995.

<sup>7</sup> Znaczenie angielskiego przymiotnika *glamorous* utworzonego od rzeczownika *glamour* rozbudowuje językowy obraz pojęcia *glamour* o takie komponenty, jak: *efektowny, uroczysty, fascynujący, olśniewający, urodziwy, zachwycający*. Przywołane określenia traktuje się w polszczyźnie jako jednostki nacechowane emocjonalnie, zawierające w swych znaczeniach element wartościowania, który dla wskazanych przymiotników jest dodatni.

<sup>8</sup> Pojęcie *glamour* rozumiane jako „atrakcyjność osoby”, tj. atrakcyjność odnosząca się do człowieka, jednoznacznie nie odnosi się do jego wyglądu, sposobu ubierania się itp. Można założyć, że *atrakcyjność kogoś* (zwykle kobiety) traktuje szerzej kwestię atrakcyjności ludzkiej i obejmuje – oprócz przyjemnego, estetycznego, modnego wyglądu – również miłą aparycję, serdeczność, życzliwość, mądrość, przyjacielski, otwarty stosunek do innych itp. Dopiero przymiotnik *glamorous* w znaczeniu „efektowny” bezpośrednio i jednoznacznie odnosi się do pięknego wyglądu kobiety, zwykle odpowiadającego obowiązującym trendom w modzie. W świetle zgromadzonych danych językowych wskazane roz-

tekście *glamour* oznacza również *szacunek, poważanie, uznanie* w pracy oraz podróży, jakie odbywa (por. *urok [of travel]*).

W internetowym Korpusie Języka Polskiego PWN znaleziono 40 kontekstów użycia pojęcia *glamour*, zaś w Narodowym Korpusie Języka Polskiego – aż 99 przykładów (wyników) dla zapytania *glamour*, pochodzących z 59 różnych typów tekstów. Wśród nich są zwłaszcza teksty prasowe – m.in. artykuły publikowane przede wszystkim w magazynach o modzie, urodzie i życiu gwiazd, adresowanych głównie do młodych kobiet, np. „*Glamour*”, „*Cosmopolitan*”, rzadziej teksty – w magazynach kierowanych do mężczyzn, np. „*CKM*”. Są wśród nich ponadto artykuły drukowane w dwutygodnikach czy gazetach codziennych, również lokalnych, np. w „*Polityce*”, „*Expressie Ilustrowanym*”, „*Gazecie Poznańskiej*”, „*Gazecie Krakowskiej*”, „*Trybunie Śląskiej*”, „*Gazecie Pomorskiej*”, „*Dzienniku Zachodnim*” czy czasopiśmie „*Dlaczego?*”. Cytowane w obu Korpusach wypowiedzi, w których pojawia się leksem *glamour*, pochodzą ponadto, choć znacznie rzadziej, z książek (zarówno należących do literatury pięknej, np. *Margot* Michała Witkowskiego, jak i literatury o charakterze poradnikowym, np. z zakresu fotografii, np. *ABC fotografii cyfrowej i obróbki zdjęć* Anny Owczarz-Dadan czy szeroko pojmowanej etykiety, np. *Ubierz się w uśmiech. Stylowo i modnie* Izabeli Jabłonowskiej), druków ulotnych (np. reklam farmaceutycznych), forów internetowych i innych. W większości przywołanych kontekstów pojęcie *glamour* pojawia się w wypowiedziach podejmujących tematy związane z kulturą, np. modą, muzyką, sztuką, stylem bycia, ubierania się itp., co potwierdzają przykładowe dane korpusowe:

- „Początek mody na buty na koturnach, cekiny i wielobarwne, kiczowate stroje. W Wielkiej Brytanii zaczął królować styl *glamour*”;
- „Styl *glamour* może zostać zaprezentowany zarówno za pomocą portretu (szczególne znaczenie ma tutaj oświetlenie, mocny makijaż, rozpuszczone włosy, seksowny strój, a także mimika modela, która najczęściej powinna wyrażać jakieś emocje – choć

---

różnienie jest ważne, ponieważ zwykle rzeczownik *glamour* wiąże się z czymś modnym, wyjątkowym, nierzadko odnosi się do wyglądu, kobiecego sposobu ubierania się – można je więc wpisać w krąg tematów poświęconych modzie. Natomiast angielskie kolokacje pojęcia *glamour* wskazują na szersze traktowanie zjawiska.

może on po prostu się uśmiechać), fotografii buduarowych (wykonywane są one najczęściej w sypialni, w bieliźnie) czy np. sesji w kostiumie kąpielowym”;

- „Dorota Doda Rabczewska, znana z troski o marketing, wy-pas-reklamę i samopromocję, wpadła w nie lada kłopoty. Okazało się, że jej nowy narzeczony to syn króla wędlin i innych wyrobów. Normalnie miało być glamour, a wyszedł paszтет i kiszka”;
- „Dobry bał, powiada Fogelman, musi mieć splendor, blask, czyli glamour, tymczasem dziś przy stoliku nikt nie chce pokazywać kolii i diamentów, bo to ryzykowne”;
- „Miesiąc temu do Łepkowskiej zadzwoniła agentka Kasi Zielińskiej (w serialu Marta, zdradzona przez męża, wzięła na wychowanie dziecko z tej zdrady, obecnie godzi macierzyństwo z życiem w stylu glamour, bo jest dziennikarką). Dla potrzeb serialu została ufarbowana na rudo, co pasuje do życia w stylu glamour”.

Pojęcie *glamour* w badanym materiale ankietowym stanowi również nazwę produktu – wyrobu pończoszniczego (rodzaju, typu rajstop):

- „Przy względnie wysokim ciśnieniu w żyłach kończyn dolnych podczas ciąży odpowiednie będą jedynie pończochy (rajstopy) drugiej klasy ucisku, np. SIGVARIS Glamour, Cotton 212, 222”;
- „Pończochy (rajstopy) o mniejszym ucisku (klasa 1), tj. Glamour, Cotton 211, 221 [...] mogą być noszone jako środek zabezpieczający, tj. gdy jeszcze nie wystąpiły problemy z nogami”.

oraz przede wszystkim występuje jako nazwa własna:

- Nazwa miesięcznika *Glamour*<sup>9</sup>;
- Nazwa sklepu z biżuterią w Bydgoszczy *Glamour*;
- Nazwa sieci sklepów obuwniczych *Glamour Collection*;

<sup>9</sup> „Glamour” to międzynarodowy magazyn dla kobiet, w Polsce wydawany od kwietnia 2003 r. Teksty publikowane w tym miesięczniku dotyczą przede wszystkim mody i urody. Struktura pisma obejmuje następujące działy: „Planeta Glamour”, w którym drukuje się krótkie teksty dotyczące mody i nowości, „Tylko ty!” o charakterze poradnikowym, „Ekspres Glamour” – to dział dotyczący zakupów, „Moda i uroda”, w którym prezentuje się sesje zdjęciowe mody i urody, „Gwiazdy”, stanowiący wywiady z gwiazdami, „Psychologia”, „Styl życia i zdrowie” oraz „Kultura”. Czasami do magazynu „Glamour” dołącza się prezent, gadżet, np. płytę CD/DVD, torbę, okulary przeciwsłoneczne itp.

- Nazwa bydgoskiego gabinetu (salonu) piękności *Body Glamour*;
- Nazwa krakowskiego klubu fitness i odnowy biologicznej *Fitness Glamour*;
- Element nazwy perfumerii internetowej *E-glamour.pl*<sup>10</sup>.

W przywołanych egzemplifikacjach leksem *glamour* pojawia się w formie angielskojęzycznej, globalnie zrozumiałej, nieodmiennej, zwykle w kolokacji z rzeczownikiem *styl*, czasami, zwłaszcza jako element nazwy obiektu handlowo-usługowego, z innym składnikiem (zwykle również obco-, często angielskojęzycznym), wskazującym na charakter i przeznaczenie obiektu (por. *collection* ang. ‘zbiór, kolekcja, gromadzenie’; *body* ang. ‘ciało, organ’; *fitness* ang. ‘sprawność fizyczna, przydatność’). Wskazane konteksty użycia dowodzą, że pojęcie *glamour* pojawia się jako synonim, angielski odpowiednik takich rzeczowników jak: *atrakcyjność, czar, piękno, urok, elegancja, sława, blichtr, splendor, prestiż* itp., co bezpośrednio nawiązuje do jego słownikowego znaczenia oraz skojarzeń implikowanych przez wymienione formacje językowe. Korpusowe przykłady użycia pojęcia *glamour* w zgromadzonym materiale oraz rozmaite typy tekstów, w których ono się pojawia, wyraźnie świadczą o tym, że badane pojęcie funkcjonuje w świadomości użytkowników polszczyzny, jest dobrze znane i poprawnie rozumiane, i najczęściej pojawia się w tych kontekstach, które eksponują nieoficjalność lub półoficjalność, potoczność kontaktu językowego oraz codzienność

<sup>10</sup> Przywołane w tym miejscu nazwy własne z komponentem *glamour* (jako samodzielnie funkcjonujące nazwy obiektów handlowo-usługowych lub jako składnik kilkusegmentowej nazwy) wymagają, w mojej opinii, osobnego opracowania. Jednak ze względu na szkicowy charakter niniejszego tekstu pomijam ich analizę. Warto jednak nadmienić, że wymienione przykładowe nazwy własne z elementem *glamour* wpisują się w ogólniejsze tendencje rozwojowe w zakresie nazewnictwa, wskazujące na dążenie do ich unifikacji, nadania im globalnego i uniwersalnego charakteru. Przywołane nazwy zwykle są angielskojęzyczne (*Body Glamour, Fitness Glamour, Glamour Collection*) bądź odsyłają do przestrzeni internetowej za pośrednictwem charakterystycznych dla komunikacji internetowej skrótów czy form (*E-glamour.pl*). Więcej na temat współczesnych nazw obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta zob. np. A. Siwiec, *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin 2012; M. Peplińska-Narloch, M. Święcicka, *Inwencja nazwotwórcza bydgoszczan (na materiale nazw pawilonu „Akwarium i Terrarium” w Ogrodzie Fauny Polskiej w Bydgoszczy)*, „Język Polski” 2014, z. 5.

podejmowanych tematów, związanych głównie z takimi kategoriami, jak życie towarzyskie, rozrywka, sport, zdrowie czy moda (ubiór)<sup>11</sup>.

Temat publikacji zainspirował mnie do tego, by sprawdzić, jak młode pokolenie bydgoszczan rozumie i wartościuje pojęcie *glamour*, czy odnosi je tylko do płaszczyzny językowej, czy może traktuje szerzej badany leksem jako rodzaj pewnego zjawiska, powszechnie rozpoznawalnego, wpisując kategorię *glamour* w szerszą przestrzeń – przestrzeń kulturowo-społeczną, w której funkcjonują młodzi ludzie. Nakreślony w części wstępnej szkicu obraz zjawiska *glamour* stał się asumptem do analizy sformułowanego w tytule artykułu problemu badawczego. Prowadzone rozważania są próbą ujęcia zagadnienia, raczej pewnym szkicem niż jego wnikliwą, wieloaspektową analizą. Zdaję sobie sprawę, że podniesiona przeze mnie kwestia funkcjonowania pojęcia *glamour* w świadomości bydgoskich studentów wymaga, z jednej strony badań porównawczych<sup>12</sup> (np. prowadząc tego typu badania w różnych częściach kraju, można uzyskać różne wyniki, co z kolei pozwoliłoby na porównanie wyłaniających się ze zróżnicowanego terytorialnie materiału obrazów pojęcia *glamour*), z drugiej zaś – obserwacji i pogłębionych analiz materiału zgromadzonego i zestawionego na przestrzeni

<sup>11</sup> Na podstawie analizy zarówno danych korpusowych, jak i zgromadzonego materiału ankietowego, można włączyć pojęcie *glamour* do grupy wyrazów modnych, nadużywanych w rozmaitych sytuacjach komunikacyjnych. Ich użycie stanowi przejaw ogólniejszej tendencji, polegającej na stosowaniu wyrazów obco brzmiących, „globalnych”, łatwo rozpoznawalnych, o wspólnej dla wielu języków wymowie i znaczeniu. Proponowaną tezę potwierdzają badania prowadzone przez A. B. Strawińską, która uznaje, że „leksem *glamour* we współczesnej polszczyźnie potocznej staje się tak powszechny jak angielskiemu typu: *super*, *ekstra* czy *cool*” (cyt. za: A. B. Strawińska, dz. cyt., s. 119). Zob. też dane korpusowe: *Butiki [...] muszą być bardziej eleganckie, bardziej uwodzicielskie i zapierające dech, bo „glamour is back”* („Cosmopolitan” 7/1998); *Wreszcie kończą się dyskusje na temat schyłkowych tendencji i powtórek, i padają te słowa – glamour i cool* („Cosmopolitan” 7/1998). Na temat wyrazów modnych, mody językowej oraz tendencji w tym zakresie zob. np. A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa 2006, s. 188-212; K. Ożóg, *Polszczyzna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów 2001; *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce 2002.

<sup>12</sup> Badania, które prowadziłam wśród bydgoskich studentów, stanowią rodzaj „rozpoznania obszaru badawczego”. Można je uznać za badania o charakterze pilotażowym, w których zasadniczym celem jest wstępne rozpoznanie i zidentyfikowanie problemu.

kilku, być może kilkunastu lat (co z kolei pozwoliłoby odpowiedzieć m.in. na pytanie, czy kategoria *glamour* jest przejawem swoistej mody językowo-kulturowej, czy ma charakter uniwersalny, ponadczasowy<sup>13</sup>).

Materiał, który poddam tu analizie i interpretacji, pochodzi z ankiet przeprowadzonych wśród 93 studentów (w tym 90 kobiet) następujących kierunków: filologia polska (17) oraz logopedia (76). Badaniem zostali objęci wyłącznie studenci studiów stacjonarnych pierwszego stopnia: studenci III roku filologii polskiej oraz I i II roku logopedii, wypełniający ankietę w trakcie zajęć, bowiem zależało mi na tym, by respondenci udzielali szczerych, samodzielnych odpowiedzi, bez szczególnego przygotowania merytorycznego. Ankieta składała się z trzech pytań o charakterze otwartym: 1. Jak rozumiesz pojęcie *glamour*?; 2. Proszę podać określenia synonimiczne wobec pojęcia *glamour*; 3. Proszę wymienić skojarzenia z *glamour*. Odpowiedzi udzielane przez respondentów na zadania 1. oraz 2. można uznać za próby zdefiniowania pojęcia *glamour*. Proponowane odpowiedzi dla wskazanych zadań potwierdzają tę tezę – stanowią bowiem zwykle przykłady typowych konstrukcji definicyjnych, rozpoczynających się od sformułowania *glamour to.../glamour–...* lub definicji nominalnych synonimicznych, w których podaje się ciąg wyrażeń, w opinii respondentów, będących określeniami bliskoznacznymi dla omawianego pojęcia. Zadanie 3. miało przynieść odpowiedź na pytanie dotyczące źródeł czerpanej wiedzy na temat zagadnienia *glamour* oraz określenia sposobów jego funkcjonowania w świadomości młodego pokolenia bydgoszczan. Założyłam bowiem, że w proponowanych odpowiedziach na polecenie 3. studenci uwzględnią rozmaite asocjacje z badanym pojęciem, niemieszczące się w odpowiedziach na dwa pierwsze pytania.

Odpowiedzi udzielone na 1. pytanie wskazują na to, że studenci na ogół dobrze znają pojęcie *glamour*, rozumieją je i w większości potrafią je odpowiednio zdefiniować:

- *Glamour odnosi się do pięknego, wystrzałowego, szykownego, zwracającego uwagę wyglądu*<sup>14</sup>;

13 A. B. Strawińska przyjmuje, że pojęcie *glamour* jest tak silnie utrwalone w świadomości użytkowników polszczyzny, zwłaszcza w jej potocznej odmianie, że można je uznać za uniwersalne, co świadczy o jego ponadczasowości i rozpoznawalności (A. B. Strawińska, dz. cyt., s. 118).

14 Odpowiedzi ankietowe przytaczam w oryginalnej pisowni.



- *Glamour to coś wyrafinowanego, modnego, drogiego, pięknego, wartościowego, co świadczy o wyjątkowości danej osoby;*
- *Glamour to szyk, elegancja, nowoczesność, to przymiotnik<sup>15</sup> określający piękny wygląd kogoś, jego modny, na czasie strój;*
- *Pojęcie glamour oznacza coś pięknego, eleganckiego. Jest to za-zwyczaj określenie stylu człowieka – styl oryginalny;*
- *To określenie opisujące styl, który wzbudza podziw u innych lu-dzi, wiąże się z czarem, błyskiem, oryginalnością;*
- *Pojęcie określające styl pełen wdzięku, klasy, szyku;*
- *Pojęcie glamour kojarzy mi się głównie z kobietami i modą. Jeśli kobieta jest glamour to znaczy, że jest elegancka, dobrze ubrana, modnie ubrana, ale to pojęcie kojarzy mi się również z luksusem;*
- *Jest to określenie stylu, łączącego w sobie błyszczące i eleganckie elementy;*
- *Glamour to coś eleganckiego, ekskluzywnego lub modnego;*
- *Glamour – styl życia, ubioru, charakteryzujący się wyrafinowa-nym, eleganckim gustem danej osoby;*
- *Glamour to pojęcie, które wiąże się z atrakcyjną osobowością człowieka, z jego indywidualnymi cechami, które go wyróżniają;*
- *Glamour to elegancja, odświętność, odznaczający się bogactwem, przepychem, ale mający klasę;*
- *Glamour to dla mnie coś w stylu wewnętrznego uroku, wdzięku, coś, co ma prestiż i jest piękne.*

Zdarzają się jednak odpowiedzi ogólnikowe, w których nie wyjaśnią się znaczenia pojęcia *glamour*, a jedynie wskazuje obszar, w którym badane pojęcie występuje w powszechnym obiegu (zwykle jest to sfera związana z modą), np.:

---

<sup>15</sup> Pojęcie *glamour* nie jest przymiotnikiem lecz rzeczownikiem. Wydaje się jednak, że traktowanie go w kategorii przymiotnika może wynikać z faktu, że nie-rzadko w rozmaitych kontekstach pojawia się jako określenie opisujące, odno-szące się do różnych zjawisk, tj. występuje w funkcji przymiotnika, np. por. Ktoś jest *glamour*; tzn. że jest piękny, wspaniały, modny; studenci, odpowiadając na 2. pytanie ankiety, w którym prosi się ich o podanie synonimów *glamour*, wy-mieniają zarówno szereg przymiotników, jak i rzeczowników (por. zjawiskowa, stylowa [kobieta], elegancka; wyjątkowy, światowy, szykowny – stąd być może wskazane zacieranie granic).

- *Jest to pojęcie związane z modą, pewnym stylem;*
- *Odnosi się do stylu ubierania się, makijażu;*
- *Pojęcie glamour rozumiem w odniesieniu do kobiety, która ma swój styl, jest kobietą znającą swoją wartość;*
- *Rozumiem glamour jako pojęcie odnoszące się głównie do środowiska modowego; to określenie stylu modela/modelki;*
- *Glamour to styl bycia, styl ubierania się; najczęściej kojarzy mi się ze stylem celebrytów;*
- *Glamour – sposób pokazania mody (ubrań, fryzur, makijażu) na zdjęciu;*
- *Glamour to pojęcie dotyczące mody i stylu ubierania się ludzi;*
- *Glamour to pojęcie zapożyczone z języka obcego, używane w świecie mody. To po prostu modny wygląd;*
- *Glamour – określony styl w modzie.*

Pojawiają się też odpowiedzi zbyt szeroko ujmujące leksem *glamour* lub takie, w których zwraca się uwagę na fakt, że badane pojęcie jest używane i funkcjonujące w języku, lecz trudno definiowalne – w tym wypadku wiedza na jego temat jest zasłyszana, potoczna, intuicyjna i niepełna, co potwierdzają przykładowe egzemplifikacje:

- *Glamour – wyraz ten zaczerpnięty jest z języka obcego. Dokładnie nie znam tego pojęcia, jednak kojarzy mi się ono ze światem mody;*
- *Dla mnie bycie glamour oznacza bycie ‘na czasie’;*
- *Glamour to styl, kierunek;*
- *Pojęcie glamour rozumiem jako coś na wyższym poziomie;*
- *Glamour – każdy może go zinterpretować na swój sposób;*
- *Glamour oznacza styl, który aktualnie rządzi światem.*

Wśród udzielonych odpowiedzi znajdują się też takie, w których pojęcie *glamour* definiowane jest zbyt wąsko, odnosi się je bowiem tylko do wyglądu, zwłaszcza kobiet, co poświadczają przykładowe wypowiedzi:

- *Glamour to określenie kobiety, która jest modnie ubrana, zadbana, określenie kobiety współczesnej, nowoczesnej;*
- *Glamour odnosi się do dbającej o swoją urodę, wygląd kobiety;*
- *Glamour to sposób bycia, zwłaszcza kobiet zamożnych, ubierających się szykownie, mających dobre maniery;*

- *Glamour to pojęcie, które nazywa kobietę na czasie, kobietę sukcesu;*
- *Pojęcie glamour dotyczy kobiet, które mają klasę w sposobie zachowania się, ubierania itp.;*
- *Glamour jest to określenie np. kobiety;*
- *Glamour to obraz eleganckiej kobiety.*

Sporadycznie zdarzają się również odpowiedzi, w których ankietowani nie podejmują próby zdefiniowania pojęcia, ujawniają jedynie swoją subiektywną opinię, zwykle negatywną, wobec pojęcia (zjawiska) *glamour*, np.:

- *Glamour – wysublimowane, przesadzone, plastikowe, nienaturalne piękno, przebieranie, ubieranie, zachowanie lalkowate. Styl glamour to dla mnie za ładne, za gładkie i za grzeczne.*

Pojęcie *glamour* ujmowane jest nie tylko w kategoriach konkretno-pragmatycznych, głównie odnoszących się do wyglądu zewnętrznego, sposobu ubierania się, zachowania, ale również ogólniejszych, abstrakcyjnych, wskazujących na fakt, że *glamour* to sposób myślenia, pewna postawa, umożliwiająca pozytywną ocenę danej osoby (por. *pojęcie glamour określa osobę, którą można uznać za pozytywną; glamour to słowo z języka angielskiego, służące pozytywnemu określeniu czyjegoś wizerunku*). Najczęściej młodzież akademicka wiąże analizowane pojęcie ze światem mody oraz z osobą zadbaną, dobrze, tj. modnie ubraną, znającą się na obowiązujących trendach. Rzadziej odnosi leksem *glamour* do innych dziedzin, np. architektury, wnętrzarstwa czy szeroko pojmowanego stylu (por. *glamour to styl dekoracyjny oraz pewna nowa tendencja w sztuce przepełniona kobiecością, szykiem, elegancją, inspiracją jest epoka baroku i rokoka; glamour to styl, który łączy ze sobą powierzchnie błyszczące (lustra, cekiny) z powierzchniami matowymi, używa głównie kolorów mocno nasyconych, a także czerni, szarości, srebra i złota. Cechuje się nieprzesadzoną elegancją, często (nie zawsze) prostotą. Dużą wagę odgrywa detal*).

Różne sposoby definiowania, rozumienia pojęcia *glamour*, uwzględnione przez bydgoskich studentów w odpowiedziach na pytanie 1., znalazły potwierdzenie w przykładach określeń bliskich znaczeniowo, o które pytałam w 2. punkcie ankiety. Podane przez młodzież synonimy stanowią zbiór bogaty i różnorodny, uzupełniając

w ten sposób budowane przez respondentów definicje pojęcia *glamour*. Wymieniano zatem następujące określenia zarówno rzeczownikowe, jak i przymiotnikowe – odpowiednio: *dostojność, elegancja, szyk, luksus, piękno, ekstrawagancja, błysk, czar, wdzięk, przepych, gracia, oryginalność, sława, pieniądze, blask, gust, prestiż, moda, kobiecość, uroda, wizerunek oraz piękny, ładny, ekskluzywny, ponadczasowy, stylowy, błyszczący, wytworny, cudowny, nietuzinkowy, niebanalny, bogaty, wyszukany, gwiazdorski, wystrzałowy, wyjątkowy, drogi, zjawiskowy, światowy, dostojny, gustowny, olśniewający, modny, pozytywny, przyzwoity, osobliwy, awangardowy, wyrafinowany, elegancki, szykowny*.

Wśród podanych przez studentów synonimów pojęcia *glamour* znajdują się takie, które nazywają rozmaite wartości, należące do różnych grup, m.in.: wartości estetyczne (określenia *piękno, elegancja, ładny*); wartości prestiżowe (określenia *bogaty, drogi, pieniądze, prestiż*). Większość zaproponowanych przez respondentów synonimów odnosi się do szeroko pojmowanego piękna, kategorii estetycznych – i w tym kontekście (w opinii studentów) pojęcie *glamour* wiąże się z elegancją, szykiem, czarem, urokiem, dobrym gustem. Taki sposób rozumienia leksemu *glamour* odpowiada przywołanym wcześniej definicjom słownikowym. Kolejna grupa określeń nawiązuje do świata mody i stanowi licznie poświadczony w zgromadzonym materiale zbiór. Respondenci kojarzą pojęcie *glamour* ze świadomym kształtowaniem pozytywnego wizerunku, odpowiadającego obowiązującym trendom w modzie, upowszechnianym przez współczesną kulturę masową. Nadto wiążą leksem *glamour* z luksusem, bogactwem, uznając w ten sposób, że nie wszyscy mogą być *glamour*, że nie każdemu można przypisać tę kategorię. Młodzi ludzie podkreślają, że pojęcia *glamour* nie można odnosić wyłącznie do wyglądu zewnętrznego, choć na tej płaszczyźnie jest ono najbardziej widoczne i najłatwiej rozpoznawalne, gdyż wiąże się z atrakcyjnym wyglądem, nietuzinkową urodą, klasycznym, dostosowanym do okazji strojem, gracją w poruszaniu się itd. Ankietowani uznają, że na bycie *glamour* składa się szereg rozmaitych zjawisk, świadczących o czyjejś wyjątkowości i oryginalności, co z kolei potwierdza ogólniejszą tezę, wedle której bycie *glamour* nie zależy tylko od urody, „a przede wszystkim od posiadania osobistego stylu i ogromnej wewnętrznej pewności siebie. *Glamour* to skrzętnie ukryta tytaniczna praca nad sobą. To ustawiczne przełamywanie własnych

słabości, pokonywanie jednostkowych lęków i ograniczeń po to, by stać się/być lepszym, doskonalszym, idealnym. Nie jest to łatwe do osiągnięcia, ale możliwe”<sup>16</sup>.

Pytanie 3. dotyczyło, przypomnę, skojarzeń związanych z pojęciem *glamour*. Odpowiedzi studentów układają się w kilka wątków:

- Nazwa magazynu dla kobiet pt. „Glamour” (największa liczba użyć), por. *pismo dla pań, mówiące o właściwym, pożądanym stylu życia; kojarzy mi się z czasopismem dla kobiet o tej samej nazwie; magazyn kobiecy (gazeta); czasopismo; gazeta; kojarzy mi się z czasopismem o modzie; gazeta „Glamour”, na której okładce jest kobieta prezentująca obecną modę; pojęcie „glamour” kojarzy mi się z tytułem jednego z czasopism.*

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że studenci raczej nie rozwijają tego wątku, nie podają szczegółów związanych z magazynem „Glamour”. Odpowiedzi są dość ogólnikowe, czasami określa się typ odbiorcy, do którego czasopismo jest adresowane.

- Moda: wiążą pojęcie *glamour* z *pokazami mody, balami, rautami, galami* lub z *kolekcją ubrań* bądź *prezentowaniem stylu glamour na wybiegu*. Respondenci w tym miejscu nierzadko wymieniają nazwy miast, które kojarzą im się z modą, uznanych powszechnie za stolice elegancji i szyku – są wśród nich zwłaszcza nazwy Paryża i Nowego Jorku (również wyrażenie *francuski szyk*).
- Wygląd: *pojęcie glamour kojarzy mi się z eleganckim wyglądem, wystrojem, czymś sławnym, pięknym; perfekcyjny wygląd.*

Ankietowani uzupełniają swoje odpowiedzi, podając określenia obcojęzyczne, zwykle anglicyzmy, związane zarówno z branżą modową, jak i wyglądem, które można uznać za element swoistego wewnętrznego kodu, którym posługują się ludzie zajmujący i interesujący się modą, np. *glamour look* (ang.) – wygląd *glamour; chic* (ang.) – szykowny, elegancki; *high fashion* (ang.) – moda na najwyższym poziomie; *fashionable look* (ang.) – modny wygląd;

- Ludzie: *glamour, celebryci, sławni ludzie, gwiazdy kina i muzyki, modele i modelki, projektanci mody i stylizacji, gwiazdy, aktorki,*

---

<sup>16</sup> Cyt. za: S. Gundle, *Glamour: A History*, Oxford 2008, s. 380.

*damy na salonie, ikona stylu, kreator/kreatorka mody, kobieta glamour, bloggerki, to osoba, która ubiera się elegancko, stosownie do wydarzenia. Nie idzie utartą ścieżką mody, tylko kreuje swój styl; \*bizneswomanki; David Bowie*<sup>17</sup>;

- Inne nazwy kojarzone z pojęciem *glamour*, na ogół nierozdzielnie związane ze światem mody, pięknym wyglądem, luksusem, z produktami wysokiej jakości: np. nazwa telewizyjnego show *Top Model*; kobiece programy telewizyjne o tematyce związanej z modą; nazwa sklepu z biżuterią;
- Atrybuty stylu *glamour*: pojawiają się tu określenia kojarzone z szykiem, elegancją, błyskiem, będące niejako materialnymi wyznacznikami tego stylu, np. perły, cygaro, czerwone usta, mocny makijaż, smoke eyes, złota biżuteria; drogie samochody; czerwony dywan.

Analizując ostatni wątek i udzielane przez studentów odpowiedzi, można dojść do wniosku, że młodzi ludzie tęsknią za „wielkim światem”, który kusi i przyciąga swą niezwykłością, są zafascynowani tymi, którzy należą do innego świata. Ta tęsknota przejawia się zwłaszcza w pozytywnych ocenach zjawiska *glamour*, którym nierzadko towarzyszą sformułowania typu: wielki świat; nieosiągalny, choć piękny świat; świat gwiazd – pełen pokus, ale za to lepszy. Pojawiają się również sądy, w których ów wielki świat *glamour* to przestrzeń, w której liczą się tylko pieniądze, sława. To sfera odznaczająca się powierzchownością i nieszczerością kontaktów międzyludzkich – jednak te opinie mają charakter marginalny wobec ocen waloryzujących pojęcie *glamour* dodatnio.

Przeprowadzony tu przegląd odpowiedzi udzielonych przez bydgoskich studentów w badaniu ankietowym wskazuje, że zjawisko *glamour* zasadniczo jest dobrze znane młodemu pokoleniu Polaków, rozumiane przez nie wielopłaszczyznowo. Respondenci wiążą pojęcie *glamour* przede wszystkim z modą, stylem i jakością życia, kulturą ma-

---

<sup>17</sup> Przywołane przez respondenta nazwisko brytyjskiego muzyka, kompozytora, autora tekstów – Davida Bowie, uznanego za ikonę stylu *glamour*, stanowi przykład ugruntowanej wiedzy respondenta na temat zagadnienia *glamour* w muzyce.

sową oraz czasopismem dla kobiet. Dostrzegają z jednej strony wpływ coraz powszechniejszego, gdyż promowanego w środkach masowego przekazu stylu *glamour* na życie młodych ludzi, którzy chcą się czuć obywatelami wielkiego świata bez granic i barier. Z drugiej zaś traktują pojęcie *glamour* – na płaszczyźnie językowej – jako rezultat mody językowej<sup>18</sup>, choć jednocześnie uznają je (mimo braku definicji w słownikach polszczyzny ogólnej oraz wyrazów obcych) za wyraźny przykład internacjonalizacji leksyki, będącej przejawem ogólniejszej tendencji do globalizacji<sup>19</sup>. Wydaje się nadto, że w świadomości bydgoskich studentów funkcjonuje przekonanie, wedle którego pojęcie *glamour* jest nierozzerwalnie związane ze zmianami obyczajowymi, kulturowymi i społecznymi, stanowi reakcję na potrzebę równości i postrzeganie siebie jako integralną część społeczności, obejmującej również ludzi sławnych i bogatych.

- 
- 18 W perspektywie społecznej moda konsoliduje grupę i zaspokaja potrzeby psychiczne jej członków (m. in. potrzebę prestiżu, przynależności, odróżnienia się od innych). Z kolei na płaszczyźnie językowej wyrazy modne charakteryzują dużą frekwencją, zwykle silne nacechowanie emocjonalne, nierzadko zbyt szerokie, nieostre znaczenie. Wyrazy modne zawierają ponadto semantyczny komponent wysokiego wartościowania oraz element intensyfikacji, dużego natężenia określonej cechy (por. K. Ożóg, dz. cyt., s. 97).
- 19 Pojęcie globalizacji rozumiem jako „proces polegający w skali świata na coraz szerszej wymianie handlowej, nasileniu przepływu kapitału, ludzi, technologii i informacji między państwami i w efekcie na zacieraniu różnic kulturowych” (internetowy Wielki słownik języka polskiego). Należy jednak pamiętać, że pojęcie globalizacji od lat odnosi się również do zjawisk językowych i stanowi odpowiednik takich terminów powszechnie stosowanych w literaturze językoznawczej, jak internacjonalizacja oraz europeizacja (więcej o międzynarodowym charakterze słownictwa; zob. np. J. Maćkiewicz, *Wyrazy międzynarodowe (internacjonalizmy) we współczesnym języku polskim*, [w:] *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Lublin 2001; K. Waszakowa, *Przejawy internacjonalizacji w słotwórstwie współczesnej polszczyzny*, Warszawa 2005). O żywotności i aktualności problemu globalizacji, zwłaszcza na płaszczyźnie lingwistycznej, świadczy choćby fakt, że zjawisko globalizacji w językach słowiańskich dyskutowane było na sesji *Globalizacja a przemiany języków słowiańskich*, która odbyła się w Bydgoszczy 19-20 września 2014 r.