**Средства объективации концепта *glamour* в различных типах дискурса**

Шестакова Виктория Викторовна

Студентка Кемеровского государственного университета, Кемерово, Россия

Дискурс как «центральный момент человеческой жизни в языке», как «языковое существование» [Гаспаров 1996: 10] охватывает все сферы человеческой деятельности. Находя свое выражение в «культурных текстах» [Токарев 2004: 17], дискурс выступает формой порождения смыслов – концептуализации. Таким образом, выявление особенностей концептуализации того или иного явления невозможно без учета особенностей дискурса, в контексте которого рассматривается данное явление.

В данной работе исследуются средства объективации концепта *glamour* в масс-медиальном, аудио-медиальном и кинодискурсе. Данные типы дискурса были идентифицированы как наиболее часто ассоциируемые со сферой гламурности в современном понимании данного лингвокультурного феномена.

В современных печатных лексикографических источниках понятие *glamour* определяется как:

1. alluring charm, fascination and attractiveness 2. magic or enchantment (Webster`s Desk Dictionary of the English Language).
2. the quality of seeming to be more exciting or attractive than ordinary things or people (Oxford Wordpower Dictionary for Learners of English)

Анализ единиц лексико-семантического поля *glamour* позволяетвыделить ключевые компоненты узуальной структуры исследуемого концепта:

1. sorcery, magic, witchcraft, etc. // магия, чары;
2. charm, attractiveness, fascination, etc.// обаяние, привлекательность;
3. lure, temptation, bait, etc.// искушение, соблазн;
4. delight // удовольствие, наслаждение;
5. decoy, lure, compulsion etc.// приманка, лишение свободы и др.

Данные компоненты актуализируются в масс-медиальном дискурсе, вербализуясь на страницах модных изданий и глянцевых журналов:

*«She uses her guts, brains, and magnetic charm*…*to get what she wants»* (Cosmopolitan; 2011) // Характер, ум, и магнетическое очарование актрисы… помогают ей получать то, чего она хочет.

*«6 Fascinating Facts About Men Today»* (Cosmopolitan; 2011])//6 восхитительных фактов о современных мужчинах.

 «...you’ll get to see the delight on his face as he admires you»(Cosmopolitan; 2011) // Ты увидишь радость на его лице, потому что он обожает тебя.

Анализ средств объективации концепта *glamour* в аудио-медиальном и кинодискурсе позволяет выявить дополнительные компоненты в структуре данного концепта. Аудио-медиальный дискурс изучался на материале текстов песен такого музыкального направления, как глэм-рок, возникшего в Великобритании в 70-е годы XX в. Одна из песен, отобранных для анализа, - песня группы Roxy Music «*In Every Dream Home a Heartache*», написанная Б. Ферри в 1973 г. В дискурсе данного песенного произведения создается образ надувной куклы, захватившей все существо главного героя и подчинившей его своей воле. Эта кукла, прелестная снаружи, но пустая изнутри, символизирует сам концепт *glamour* или может являться примером одного из симулякров, создаваемых в сфере массовой культуры с помощью гламура. В данном музыкальном произведении концепт *glamour* обретает новые компоненты, такие как: glamour – false heaven:

*And every step I take takes me further from Heaven… Is there a Heaven?* // И с каждым шагом я все дальше от рая…А есть ли рай?

glamour – blowing up:

*I blew up your body, but you blew my mind //* Я надул твое тело, а ты «надула» меня.

Современный мировой кинематограф также предоставляет широкий выбор фильмов на гламурную тематику. Примечательно, что именно эпоха голливудского ренессанса стала мощным толчком для введения номинации *glamour* в лексикон широких масс зрителей. Данное обстоятельство послужило причиной выбора кинодискурса в качестве одного из объектов исследования в настоящей работе. Для анализа средств объективации концепта *glamour* был выбран фильм *The Devil Wears Prada* (режиссер Д. Фрэнкел), занимающий одно из первых мест в топ-листе современных гламурных фильмов. В картине создается образ всеобъемлющей гламурности, воплощенной в характере и образе жизни людей, относящихся к сфере моды и развлечений. Анализ лексических репрезентантов концепта *glamour* в фильме позволил расширить структуру изучаемого концепта за счет следующих составляющих:

glamour - profession/work:

*These people spend the amount of time and energy on these insignificant, minute details //* Эти люди тратят кучу времени и сил на эти малозначительные, мелкие детали.

*What they did, what they created was greater than art //* То, чем они занимались, что создавали, было больше, чем искусство*.*

glamour – fashion:

*You sold your soul the day you put on that pair of Jimmy Choos //* Ты продала душу в тот день, когда надела туфли от Джимми Чу.

*The coolest fashion event of the year //* Величайшее событие года в мире моды.
glamour – people`s characteristics:

*The clackers just worship her //* Цокалки просто боготворят ее.
*I always hire the same girls. Stylish, slender, of course, worshipping the magazine. But they turn out to be disappointing and stupid //* Я всегда нанимаю одинаковых девушек. Стильных, стройных, безусловно, обожающих мой журнал. Но они все время разочаровывают меня своей глупостью.

Таким образом, исследование концепта *glamour* в различных дискурсивных отрезках дает возможность выявить не только специфику средств его объективации от дискурса к дискурсу, но и определенную динамику развития структуры данного концепта во времени и пространстве. Отметим, что в масс-медиальном дискурсе доминирующей является составляющая концепта «glamour – charm, attractiveness», изученный материал аудио-медиального дискурса выдвигает компонент «glamour – blowing up», в то время как кинодискурс обогащает данное концептуальное поле составляющей «glamour – fashion».

**Литература**

1. Гаспаров Б.M. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. М., 1996.
2. Токарев Г.В. Дискурсивные лики концепта. Тула, 2003.