

М. Б. Ларина

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ КОНЦЕПТОВ *MAGIC* И *GLAMOUR*

В статье рассматривается проблема соотношения феноменов «концепт» и «антиконцепт» на примере концептов *MAGIC* и *GLAMOUR* в англоязычной картине мира. На основании результатов анализа коммуникативных стратегий и тактик предлагается отнести концепты *MAGIC* и *GLAMOUR* к категориям концепта и антиконцепта соответственно и рассматривать их как взаимосвязанные и взаимопредполагающие противоположности, объединенные метапонятием «духовные ценности».

Ключевые слова: *концепт, антиконцепт, метапонятие, коммуникативные стратегии и тактики.*

Настоящая статья посвящена одному из аспектов анализа функционирования языковых единиц (ЯЕ) *magic* и *glamour* как лексем-репрезентантов одноименных концептов. Мы полагаем, что данные концепты составляют оппозицию «концепт–антиконцепт».

В современной лингвистике концептуальный подход представляет собой одну из наиболее частотных методологических платформ для репрезентации результатов исследовательской работы. При этом очевидна полипарадигмальность и гетерогенность данного направления, о чем свидетельствует прежде всего отсутствие единства в понимании сути самого термина «концепт» и разнообразие сочетаний исследовательских процедур, предлагаемых для описания признаков концепта. В нашем исследовании мы придерживаемся трактовки концепта как многомерной смысловой динамической структуры, в которой выделяются ценностная, образная и понятийная составляющие [1, с. 127].

Количество и разнообразие концептов, описанных на сегодняшний день в лингвистических исследованиях, элементы иерархичности, используемые при их описании, например введение термина «концептосфера» [2] для обозначения верхнего уровня гипо-гиперонимических отношений концептов [3, с. 138], служат предпосылками для рассмотрения концептов с точки зрения их взаимных отношений, т. е. концептуальной парадигматики.

В качестве одной из концептуальных корреляций можно считать отношения концепта и антиконцепта. В ряде исследований термин «антиконцепт» трактуется как антоним имени другого концепта [4–6].

В работах А. Н. Приходько концепт и антиконцепт рассматриваются как бинарная оппозиция: «нельзя понять ДОБРО без ЗЛА, МИР без ВОЙНЫ, ПОРЯДОК без БЕСПОРЯДКА» [7, с. 72]. Однако автором подчеркивается тесная связь категорий концепта и антиконцепта и их принадлежность к одному концептуальному полю «ценности», внутри которого концепт и антиконцепт маркируют полюса «+» и «-» [8].

Ю. С. Степанов придерживается аналогичной точки зрения на соотношение концепта и антиконцепта, отмечая при этом, что последний не всегда несет в себе нечто плохое, обратное хорошему. Так, в качестве примера подобных концептуальных коррелятов Ю. С. Степанов приводит концепты ИСКУССТВО и КЭМП. В основе обоих явлений лежит чувствительность, однако эта чувствительность разного толка: в искусстве чувствительность естественная, в Кэмпе – искусственная [9, с. 161–167].

Вслед за Ю. С. Степановым и А. Н. Приходько, под антиконцептом мы понимаем смысловую динамическую структуру, сопряженную с концептом, образующую с ним единое бытие метапонятия, имеющего разнонаправленные векторы ценностных доминант в зонах концепта и антиконцепта. Под метапонятием мы понимаем «результат вторичной концептуализации, объектом которого становятся продукты предшествующего концептуализированного опыта человечества» [10, с. 97]. В качестве такового в нашем исследовании выступает категория духовных ценностей.

Взаимоотношения категорий концепта, антиконцепта и метапонятия можно проиллюстрировать следующим образом: a и b – концепты, каждый из которых изначально обладает присущими ему качествами и свойствами; отношения между a и b регулируются и гармонизируются неким высшим началом, в нашем случае – инвариантом X (метапонятием), в результате подобного объединения под началом X a и b можно обозначить как X_a и X_b , которые приобретают некие новые характеристики (*). Таким образом, инвариант X обуславливает отношения бинарности между X_{a*} и X_{b*} .

На основе концептуального анализа мы осуществили проверку выдвинутых теоретических предположений на материале семантического анализа лексем-репрезентантов (ЯЕ *magic* и *glamour*), который показал, что рассматриваемые концепты – *MAGIC* и *GLAMOUR* – противопоставлены по основанию «сакральное – профанное» [11].

Также мы обратились к исследованию коммуникативно-стратегического функционала ЯЕ-репрезентантов рассматриваемых концептов (на материале

коммуникативных стратегий и тактик) как проекции ценностной составляющей данных концептов.

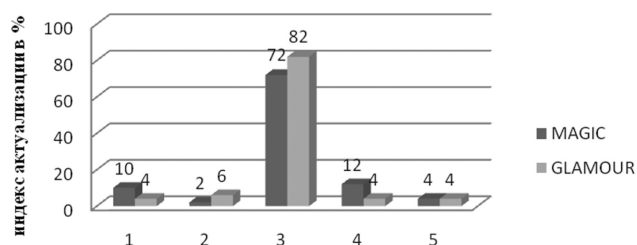
Под коммуникативной стратегией мы понимаем «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера» [12, с. 100]. Теоретической основой для коммуникативного анализа послужила типология стратегий и тактик, предложенная И. В. Михеевой [13].

Материалом для исследования послужили коммуникативные фрагменты письменной речи, собранные методом сплошной выборки из художественных и газетно-публицистических дискурсов, авторы которых – носители американского варианта английского языка. Объем выборки составил 1000 единиц (500 единиц с ЯЕ *magic* и 500 единиц с ЯЕ *glamour*).

Проведенный анализ коммуникативных тактик и стратегий, в которых употребляются ЯЕ *magic* и *glamour*, репрезентирующие соответствующие концепты, выявил ряд особенностей использования данных ЯЕ.

Наши наблюдения позволяют сказать, что обе ЯЕ используются для реализации одних и тех же стратегий и тактик, однако частотность их использования различна.

Актуализация концептов MAGIC и GLAMOUR в коммуникативных стратегиях



По горизонтальной оси номерами от 1 до 5 обозначены следующие стратегии: 1) волеизъявления; 2) оценочно-эмоционального воздействия; 3) информирования; 4) «игра на повышение»; 5) «игра на понижение»

Так, наиболее часто данные ЯЕ употребляются в стратегии информирования. Однако использование ЯЕ *magic* отмечено в 72 % случаев, а *glamour* – в 82 % (диаграмма).

На долю стратегии «игра на повышение» (тактика презентации) для ЯЕ *magic* приходится 12 % случаев употребления от общего числа примеров в исследовательском корпусе, что в три раза превышает показатель ЯЕ *glamour* 4 % (диаграмма).

В рамках стратегии оценочно-эмоционального воздействия ЯЕ *magic* актуализируется в 2 % слу-

чаев в тактике похвалы (0.8 %) и в тактике жалобы (1.2 %), а ЯЕ *glamour* употребляется в 6 % (только в тактике жалобы).

На долю стратегии волеизъявления для ЯЕ *magic* приходится 10 % (преимущественно в тактике предложения), в то время как показатель ЯЕ *glamour* составляет 4 %.

В стратегии «игра на понижение» (тактика упрека) ЯЕ *magic* и *glamour* употребляются в равном соотношении – 4 %.

Исходя из первичного статистического сопоставления, мы можем сделать несколько выводов.

Во-первых, концепт MAGIC в сравнении с концептом GLAMOUR чаще актуализируется в тактиках, целью которых является положительная характеристика кого/чего-либо или положительное воздействие на кого-либо (тактики положительной презентации/самопрезентации в рамках стратегии «игра на повышение», тактика похвалы в рамках эмоционально-оценочной стратегии, тактика предложения в рамках стратегии волеизъявления).

Во-вторых, являясь сакральными по происхождению, концепты MAGIC и GLAMOUR имеют различный «удельный вес» сакральности [14]. Согласно результатам проведенного исследования, концепт MAGIC сакрален, поскольку количество фактов актуализации данного концепта в стратегиях «игра на повышение»/«игра на понижение» вдвое превышает количество реализаций концепта GLAMOUR в указанной стратегии: MAGIC – 16 %, GLAMOUR – 8 % (см. диаграмму). Игра на повышение/понижение, в отличие, например, от эмоционально-оценочной стратегии, где оценка выражена лингвистически и, как правило, эксплицитно, является «непрямыми» стратегиями. Повысить/понизить себя (кого-либо или что-либо) в глазах собеседника говорящий старается косвенно, апеллируя к общим для всей социальной группы (и шире – этноса) ценностям, как правило, из области сакрального. В основе данных стратегий лежит общность пресуппозиций, формирующаяся из верований, стереотипов и сакральных практик, инварианты которых входят в когнитивную базу (КБ) национально-лингвокультурного сообщества. КБ представляет собой «определенным образом структурированную совокупность необходимо обязательных знаний национально-детерминированных и минимизированных представлений того или иного национально-лингвокультурного сообщества, которыми обладают все носители национально-культурного менталитета» [15, с. 74–75].

Таким образом, КБ включает минимизированные инварианты ценностей и антиценностей, релевантных для данного национально-лингвокультурного сообщества. Апеллируя к элементам КБ (в нашем случае посредством актуализации концепта

MAGIC), говорящий обеспечивает максимальное количество пониманий со стороны адресатов, чем гарантирует успех коммуникации.

Кроме того, концепт MAGIC реализует положительный полюс сакрального («игра на повышение»), в то время как концепт GLAMOUR при общей редукции сакральности обнаруживает тенденцию к нейтрализации противопоставления на оси «хорошо – плохо», не принадлежа ни одному из полюсов, поскольку количество актуализаций в стратегии «игра на понижение» приблизительно равно количеству актуализаций в стратегии «игра на повышение» (см. диаграмму).

Наконец отметим, что концепт GLAMOUR, чаще актуализируясь в эксплицитной (внешней) стратегии (оценочно-эмоционального воздействия), а концепт MAGIC – в имплицитной (внутренней) стратегии «игра на повышение», оказываются противопоставлены по критерию «способ организации социального взаимодействия» – внешнее (GLAMOUR)/внутреннее (MAGIC).

Как следствие принадлежности концептов MAGIC и GLAMOUR к разным полюсам, ЯЕ *magic* и *glamour* имеют различную аксиологическую маркированность, которая может выражаться в их использовании не только в оценочных тактиках, но и аксиологически нейтральных тактиках (сообщения, предположения, «коррекция ценностных установок», «коррекция модели мира»), где при помощи контекста ЯЕ *magic* маркирована положительно, а ЯЕ *glamour* – отрицательно.

Рассмотрим пример реализации тактики предположения в стратегии информирования с ЯЕ *magic*:

(1) *So you are Anna Beckett, "he said". And you sometimes have "funny turns". "Yes, sir". He took off her mob cap and touched her dark hair which sprang up in unruly profusion. There must have been some magic in his fingers because they made her head tingle. She opened her blue eyes wide and smiled back at him, the curve of her mouth imitating his* (ANC).

В данном примере (1) высказывание с использованием ЯЕ *magic* реализует тактику предположения в стратегии информирования. В приведенном отрывке говорящий делает предположение относительно того, что Мистер Х (*he*) обладал особыми качествами, проявление которых имело место через магическое (волшебное) (*magic*) воздействие его пальцев на голову Анны Беккет (*Anna Beckett*). В приведенном примере ЯЕ *magic* не имеет выраженной оценочной маркированности. Однако следует отметить, что положительная реакция Анны Беккет (*Anna Beckett*) на оказываемое воздействие (*She opened her blue eyes wide and smiled back at him*) характеризует последнее как «хорошо». Таким образом, в данном контексте ЯЕ *magic* приобретает имплицитную положительную оценочность.

Следующий пример иллюстрирует реализацию тактики предположения с ЯЕ *glamour*:

(2) *Take all violence out of television drama and you disconnect it from reality, leaving it unable to portray anything deeper than its own bonds. Some performance art does contain gratuitous violence. But it is not generally the stuff that appears on television, where self-restraint has become the norm. It is the stuff in the video shop, to which people have consciously turned in preference to what is broadcast. That, sadly, is a market at work, and suppressing it would only bestow the seedy glamour of the underground* (ANC).

Данный пример (2) представляет собой размышление о сложившейся ситуации на телевидении. Говорящий сообщает о том, что полный запрет на жестокость и насилие возведет невидимую стену между телевидением и реальностью. В связи с этим видеопродукты, предложенные салонами, окажутся более предпочтительными, нежели то, что транслируют по государственным каналам. Далее автор высказывает предположение о том, что запрет официальной продажи продукции, содержащей насилие, спровоцирует массовое распространение контрафакта (*the seedy glamour of the underground*).

В представленном примере ЯЕ *glamour* отрицательно маркирована, о чем свидетельствует ее ближайшее контекстное окружение. Так, ЯЕ *seedy*, согласно словарю, имеет значение «нездоровый, жалкий, сомнительный», а ЯЕ *underground*, помимо основного значения, так же трактуется, как «подпольный, нелегальный» [16].

Частным случаем аксиологической разнонаправленности концептов MAGIC и GLAMOUR является разнонаправленность векторов ценностных установок при реализации тактик «коррекция ценностных установок» и «коррекция модели мира» в рамках стратегии информирования. В примерах с употреблением ЯЕ *magic* коррекция ценностных установок направлена от полюса «–» к полюсу «+» и чаще всего основана на принципе «так следует поступать (чтобы достичь положительного результата)», а с ЯЕ *glamour* – от полюса «+» к полюсу «–» с основой на принцип «так не следует поступать (чтобы достичь положительного результата)». Этот же принцип реализуется в примерах употребления ЯЕ *glamour* в тактике наставления. Рассмотрим примеры.

Нижеследующий пример с использованием ЯЕ *magic* представляет собой реализацию тактики «коррекция ценностных установок» в стратегии информирования.

(3) *In is a long memored woman, Grace Nichols builds a stunning sequence of poems out of just such a search for an imaginative resting-place. Her memory ploughs back, past the beginning of her own life, to Africa and slavery, to Guyana, sugar, punishment on the plantation, loyalty and betrayal. Through the story*

runs the gold thread of religion and magic: alligator teeth and feathers, old root and powder. ...A thread which visibly supports the poet's intercessions (заступничество, ходатайство) with the spirits of her past. Through the search over three continents, homelessness and pain-memory, she is able to find a new tongue as the last poem, in a sort of quiet, cautious exultation, shows (ANC).

Данный пример (3) представляет собой краткую характеристику жизни и творчества гайанского поэта Грэйс Николс (*Grace Nichols*). Это история женщины с трудным детством и нелегкой судьбой, которая, несмотря на все тяготы и невзгоды, смогла подняться по «лестнице жизни» и найти способ открыть миру свои переживания, воспоминания и чувства. В данном примере ЯЕ *magic* употребляется в сочетании с ЯЕ *religion* (*religion and magic* – сочинительная связь свидетельствует об их равноценной значимости). Говорящий делает акцент на эти две составляющие жизни Грэйс Николс (*Grace Nichols*), поскольку это именно то, что красной нитью проходило через всю историю ее жизни (*the gold thread of religion and magic*) и что служило опорой и надеждой в трудные моменты. Представленный отрывок нацелен на разрушение существующего в обществе суждения о том, что человек с тяжелым детством обречен на криминальное будущее, не способен стать полноценным членом общества, добившись успеха.

Коррекция ценностных установок в данном примере происходит по принципу «так следует делать», то есть говорящий на примере жизни Грэйс Николс (*Grace Nichols*) показывает, что, имея духовную поддержку (в данном случае в виде религии и магии), человек может преодолеть весь негатив детских впечатлений, обрести счастье (*quiet, cautious exultation*) и добиться успеха. Вышесказанное свидетельствует о том, что ЯЕ *magic* в данном отрывке имеет положительную оценочность.

Рассмотрим пример реализации тактики «коррекция ценностных установок» с ЯЕ *glamour*:

(4) *Most people who have sex outside marriage still find it necessary to invoke some powerful excuse for it - even to themselves... Even if we can convince ourselves that nobody is getting hurt, even if we are sure we are not cheating, we have a suspicion that it is inappropriate. "There seems to be some reaction against permissiveness within marriage even in sophisticated, secular circles. In an article in the magazine Options, Rose Shepherd debunked the glamour surrounding extra-marital affairs and described the downward spiral of personal unhappiness, as well as the destruction of the marriage* (ANC).

Приведенный фрагмент (4) направлен на развенчание мифа о безобидности и привлекательности любовных отношений на стороне (*glamour sur-*

rounding extra-marital affairs). Его задача – произвести изменения в системе ценностей адресата(-ов) и сместить оценку такого явления, как «*extra-marital affairs*», из полюса «хорошо» в полюс «плохо». ЯЕ *glamour* используется для характеристики любовных «приключений», результатом которых является разрушение брака (*destruction of the marriage*) и несчастье (*personal unhappiness*). В данном примере ЯЕ *glamour* непосредственно связана с ЯЕ *debunk* (*debunked the glamour surrounding extra-marital affairs*), которая, согласно словарю, трактуется как «разоблачать, развенчивать» (ложь, обман и пр.) [17]. Также ЯЕ *glamour* связана с такими ЯЕ, как *unhappiness* (несчастье) и *destruction* (разрушение), имеющими выраженное негативное значение, а также с сочетанием *downward spiral* (нисходящая спираль), в котором актуализируется базовая оппозиция «верх (хорошо)» – низ (плохо)». Таким образом, ЯЕ *glamour* в рассмотренном примере имеет отрицательную оценочность.

В примерах реализации тактики «коррекция модели мира» с ЯЕ *glamour* коррекция проводится по принципу «этого следует избегать (чтобы достичь положительного результата)». Подтверждением тому может служить следующий пример:

(5) *This criticism of materialism is seen in all his teaching. The successful farmer (Luke 12) who is eager to expand his business is censored by our Lord not because of his wealth or success but because of his exclusive concern with himself, his own happiness and his wealth. In the story of the rich man and Lazarus, the rich man's wealth insulates him from the poverty and the suffering of Lazarus. In the parable of the sower the thorns which choke the growing seed so making it barren are the "worldly cares and the false glamour of wealth" (Matt. 13). ... "It is easier for a camel to go through the eye of a needle than for a rich man to enter the kingdom of God" (Mark 10:25)* (ANC).

Пример (5) представляет собой фрагмент проповеди. Главной целью жизни каждого христианина является достижение Царства Божия (*the kingdom of God*). В данном отрывке речь идет об одном из препятствий, мешающем человеку достичь Вечной Жизни, – о материальном богатстве (*wealth*). ЯЕ *glamour* употребляется в сочетании *the false glamour*, характеризующем обманчивую привлекательность материального достатка. Семантика ЯЕ *false* придает негативный оттенок значению ЯЕ *glamour* в данном контексте, поскольку, согласно словарю, *false* трактуется как «*неверный, ошибочный, ложный, не настоящий, поддельный (как в прямом, так и в переносном смысле)*» [18]. Кроме того, говорящий сравнивает влияние, оказываемое *the false glamour of wealth* на душу человека, с удушающим (*choke*) воздействием сорняков (*thorns*) на прорастающее семя (*growing seed*). Таким обра-

зом, ЯЕ *glamour* в данном примере имеет отрицательную оценочность. Коррекция модели мира проводится по принципу «этого следует избегать, чтобы достичь положительного результата». В данном случае (в целях безопасности) следует избегать *the false glamour of wealth* для успешного достижения благой цели.

Согласно результатам эмпирических исследований, ЯЕ *magic* в тактике «коррекция модели мира» не актуализируется. Полагаем, этот факт объясняется тем, что ЯЕ *glamour* употребляется в примерах, цель которых – показать «как не следует делать». А для того чтобы сказать «как следует делать», концепт MAGIC слишком нереален (то есть реален, но в возможных мирах).

В рамках стратегии волеизъявления в тактике призыва выявлена разнонаправленность векторов действия, к которым призывает говорящий. В случаях употребления ЯЕ *magic* действие должно быть направлено «к» MAGIC (MAGIC – это то, к чему следует стремиться), в результате чего слушающий окажется в выигрышном положении. В примерах с ЯЕ *glamour* благоприятным является движение «от» GLAMOUR. Обратимся к примерам.

Следующий пример иллюстрирует актуализацию ЯЕ *magic* в тактике призыва в рамках стратегии волеизъявления:

(6) *Take your kids on a magic trip to Camelot theme park and save £16.80 by Excalibur! Escape to the magic of Camelot and cash in on our fantastic offer. Use the cost-cutter coupon and you get a big discount on entry to the Camelot Adventure Theme Park – a group of four saves £16.80. AND there's fun for all the family with unlimited use of more than 100 rides and attractions* (ANC).

Отрывок представляет собой рекламу одного из аттракционов Дисней Лэнда – парка Камелот. Людей призывают посетить данный аттракцион с детьми и хорошо сэкономить, не отказывая себе в развлечениях. Использование ЯЕ *magic* в сочетаниях *magic trip* и *magic of Camelot*, с нашей точки зрения, не случайно, поскольку дети очень любят различного рода волшебство (*magic*). Таким образом, употребление ЯЕ *magic* усиливает действующий эффект, через апелляцию к сакральной составляющей концепта MAGIC. При реализации тактики призыва MAGIC позиционируется говорящим как то, к чему следует стремиться, чтобы оказаться в выигрышном положении.

Для иллюстрации данной тактики с ЯЕ *glamour* рассмотрим следующий пример:

(7) *While it is true that the game is about players and playing, it is also about supporters and watching. ...The majority of footballers in the so-called "glamorous" clubs have been overpaid and underworked for*

years, and if some of them were paid what they were worth, they would owe something. Come on Mr. Taylor! Show some compassion for your members from the lower divisions and prove to the fans that you do care for the game itself, otherwise, after Wigan's performance recently, rugby league will get some extra support (ANC).

Пример (7) иллюстрирует использование ЯЕ *glamour* в тактике призыва, реализующей стратегию волеизъявления. В представленном фрагменте говорящий стремится призвать президента футбольной лиги г-на Тэйлора (*Mr. Taylor*) морально поддержать дивизионы более низкого ранга и доказать фанатам, что, собственно, игра и есть предмет его интереса. Чтобы добиться максимального успеха в реализации тактики призыва, говорящий строит свое убеждение на противопоставлении. С одной стороны, команды низших дивизионов со скромным финансированием, а с другой – привилегированные клубы ("*glamour*" clubs) со звездным составом и огромными гонорарами, которые находят поддержку в лице г-на Тэйлора (*Mr. Taylor*). В данном случае цель тактики призыва перенаправить внимание слушающего с "*glamour*" clubs на те, которые лишены данного статуса, для того чтобы оказаться в выигрышном положении. То есть благоприятным является движение «от» GLAMOUR. ЯЕ *glamour* в данном примере не имеет выраженной оценочной маркированности, однако в ее значении актуализируются такие компоненты, как *wealth* (достаток, богатство) и *success* (успех), объективирующие полюс «профанное».

Итак, по результатам проведенного исследования концепты MAGIC и GLAMOUR:

а) маркируют оппозицию «сакральное – профанное»;

б) входят в одни и те же тактики и стратегии, имеют различный индекс актуализации – MAGIC преобладает в положительно оценочных тактиках, GLAMOUR – в отрицательно-оценочных, в одинаковых пропорциях в оценочно-нейтральных;

в) в оценочно-нейтральных тактиках – в зоне взаимопроникновения – MAGIC и GLAMOUR создают внутреннюю имплицитную оценочность, организованную в зоне биполярного напряжения: MAGIC – хорошо, GLAMOUR – плохо;

г) в рамках аксиологически нейтральных тактик маркируют разнонаправленность векторов действия (стратегия волеизъявления, тактика призыва).

Таким образом, проведенный анализ эмпирических данных, с одной стороны, подтверждает идею полярности концептов MAGIC и GLAMOUR, с другой – выявляет их взаимообусловленность, что подтверждает принадлежность концептов MAGIC и GLAMOUR к категориям концепта и антиконцепта соответственно.

Список литературы

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: Гнозис, 2004. 390 с.
2. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Известия Академии наук СССР. М.: Наука, 1993. Т. 52. № 1. С. 3–9.
3. Французская О. Е. Об особенностях изменений структуры концепта, представленного культурным иконическим знаком // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2010. Вып. 7 (97). С. 138–142.
4. Слоева Е. А. Когнитивно-коммуникативный подход к описанию анатомического объекта: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. СГМУ, Ульяновск, 2007. 23 с.
5. Пономарева Е. Ю. Концептуальная оппозиция «жизнь – смерть» в поэтическом дискурсе (на мат-ле поэзии Д. Томаса и В. Брюсова): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. ТГУ, Тюмень, 2008. 24 с.
6. Гуреева Е. И. Спортивная терминология в лингвокогнитивном аспекте объекта: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. ЧГУ, Челябинск, 2007. 22 с.
7. Приходько А. Н. Концепт "ORDNUNG" как мерная единица немецкого этнического менталитета (лингвокультурный аспект) // Vita in lingua: к юбилею профессора С. Г. Воркачева. Сб. ст. / отв.ред. В. И. Карасик. Краснодар: Атриум, 2007. С. 158–171.
8. Приходько А. Н. Прецедентні концепти і антиконцепти і їх концептографічна фіксація // Проблеми загального, германського та слов'янського мовознавства. До 70-річчя проф. В. В. Левицького: Зб. н. пр. Чернівці: Книги – XXI, 2008. С. 373–378.
9. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации. М.: Языки славянских культур, 2007. 248 с.
10. Слышкин Г. Г. Лингвокультурные концепты и метапонятия: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2004. 323 с.
11. Ларина М. Б. Понятийный аспект концептов GLAMOUR и MAGIC: интегральные и дифференциальные характеристики // Проблемы концептуальной систематики языка и речевой деятельности: мат-лы 4-й Всерос. науч. конф. Иркутск: ИГЛУ, 2010. С. 103–109.
12. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
13. Михеева И. В. Дискурсивно-стратегический аспект презенса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Иркутск. 2010. 192 с.
14. OED – Online Etymology Dictionary. URL: <http://www.etymonline.com> (дата обращения: 15.01.2010).
15. Красных В. В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст): дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. М.: 1999. 463 с.
16. Abbyy Lingvo. URL: <http://lingvo.abbyyonline.com> (дата обращения: 01.03.2011).
17. Merriam –Webster Dictionary. URL: <http://www.merriam-webster.com> (дата обращения: 01.03.2011).
18. Англо-русский словарь Мюллера. URL: http://slovarus.info/eng_m.php (дата обращения: 01.03.2011).
19. ANC – American National Corpus. URL: <http://www.americannationalcorpus.org> (дата обращения: 15.02.2010).

Ларина М. Б., соискатель.

Кузбасская государственная педагогическая академия.

Пр. Пионерский, 13, Новокузнецк, Кемеровская область, 654027.

E-mail: mashulenoklarina@gmail.com

Материал поступил в редакцию 05.05.2011.

М. Б. Ларина

STRATEGICAL COMPONENT OF THE CONCEPTS MAGIC AND GLAMOUR

The article deals with the problem of «concept» and «anticoncept» relations on example of concepts *MAGIC* and *GLAMOUR* in the English world picture. On the basis of the communicative strategies and tactics analysis, I suggest to treat concepts *MAGIC* and *GLAMOUR* as concept and anticoncept correspondingly and to determine them as interrelated and interconnected oppositions included in the same metaconcept domain *VALUES* and forming its poles.

Key words: *concept, anticoncept, metaconcept, communicative strategies and tactics.*

Kuzbass State Pedagogical Academy.

Pr. Pionerskiy, 13, Novokuznetsk, Kemerovo region, 654027.

E-mail: mashulenoklarina@gmail.com