

ГЛАМУР КАК КУЛЬТУРНЫЙ КОНЦЕПТ И ФИЛОСОФИЯ ПОВСЕДНЕВНОСТИ

М. Ю. Рябова

GLAMOUR AS A CULTURAL CONCEPT AND PHILOSOPHY OF EVERYDAY LIFE

M. Yu. Ryabova

В статье рассматривается концепт «гламур», отражающий тенденцию интердискурсивности современного коммуникативного пространства и взаимопроникновения семиотик повседневности разных культур. Цель статьи – показать взаимодействие западных и русской лингвокультур в пространстве повседневной коммуникации. Новизна исследования состоит в презентации концепта как культурной структуры, которая характеризуется признаками повторяемости, массовидности, отнесенности к частной жизни.

The paper analyzes the concept of “glamour”, reflecting interdiscourse tendency of modern communication and mutual penetration of semiotics of everyday life cultures. The aim of the article is to reveal interaction of Western and Russian linguistic cultures of everyday live communication. The novelty of investigation lies in presentation of the concept as a cultural structure, characterized with the features of repetition, massiveness, private life.

Ключевые слова: культурный концепт, повседневность, интердискурсивность, массмедиа.

Keywords: cultural concept, everyday live, interdiscourse narrative, mass media.

Повседневность представляет собой категорию бытия, материализующуюся в координатах «здесь» и «сейчас» жизни субъекта. Осмысление культуры повседневности предполагает описание человека с соответствующим ему осознанием окружающего мира (данного в форме обыденного сознания). Обыденное метаязыковое сознание как характеристика человека в его ежедневном бытовании лежит в центре категории повседневности, научный интерес к которой проявился в философии постмодерна в форме проблемы «повседнева» [11, с. 206].

Традиция изучения повседнева (от фр. Quotidien и англ. quotidian, нем. Alltag, alltagsleben) достаточно глубока (и восходит к Аристотелю). Новый импульс теория повседнева получила в работе Мишеля де Серто «Изобретение повседнева», в которой описывалась практика повседневной жизни [16]. Таким образом, оформилась философская традиция повседнева. Интерес к изучению категории повседневности сегодня обусловлен несколькими факторами. По мнению Бернхарда Вальденфельса, «интерес к теме повседневности может рассматриваться как симптом возникновения вакуума, генезис которого связан с обезличивающим давлением односторонней рационализации» [1, с. 48].

С другой стороны, внимание к проблеме повседневности связано с такими вопросами, как: семиотика вещей, восприятие картины мира обыденным сознанием, архетипы массового сознания как регуляторы поведения, этикет, престиж, мода, реклама, имидж, взаимодействие традиционных высоких и бытовых форм культуры [11, с. 207].

Содержание понятия «повседневность» варьируется в зависимости от подходов, применяемых в исследованиях. Так, в работе И. Т. Касавина, С. П. Щавелева повседневность трактуется как социологический феномен усредненного общественного мнения [4, с. 12]. Неизменность поведенческих реакций на окружение проявляется в существовании в разных культурах кодексов поведения, что в языковом плане выражается в наборе речевых формул социального этикета, регулирующего выбор говорящего в том или ином случае, в той или

иной коммуникативной ситуации. В процессе изучения языков повседневность заключается в необходимости запоминания и регулярного повторения, тренинга определенных грамматических моделей, паттернов, языковых клише и устойчивых выражений, будь то пословицы и поговорки или так называемые «крылатые выражения», цитаты известных людей, авторитетных личностей, писателей и др.

Культура повседневности проявляется в использовании результатов предшествующего опыта, освоении творческого, интеллектуального, материального, научного и иного наследия человечества. В лингвокультурологическом аспекте данная зависимость обнаруживает себя в характерной для современной культуры повседневности тенденции к интердискурсивности коммуникативного пространства, что особенно очевидно в дискурсах медийной коммуникации и сетевой коммуникации. Именно сетевые и медийные средства массовой коммуникации в максимальной степени изобилуют языковыми клише, характеризуются аллюзивностью своего дискурса, выражающегося в бесконечных намеках, отсылках и ссылках к известным контекстам, словам, выражениям, песням, кинофильмам, романам и др. В результате возникает глобальное гипертекстуальное пространство, при котором все связано со всем. Одной из примет культурных структур повседневности является то, что роль оригинального творчества снижается, все сводится к цитации уже известного [11, с. 209].

С. Т. Махлина отмечает, что происходит взаимопроникновение языков семиотики повседневности, можно констатировать не только взаимодействие западных и восточных, северных и южных культур, но и разнобразие и взаимопроникновение синхронных и диахронных воздействий [7, с. 223].

Основными отличительными признаками культурных структур повседневности можно считать: повторяемость, цикличность, ритмичность событийного наполнения обыденного существования; консервативность и устойчивость форм культуры; массовидность распространения обыденных феноменов; отнесенность к частной жизни; обывательское поведение или быт.

Одной из конституирующих черт культурных структур повседневности является наглядность, т. е. предполагается, что все объекты окружающего мира должны восприниматься как нечто телесное, как образы, а не понятия. Можно говорить о знаковом характере повседневности; человеческий опыт есть поле знаковых систем со специфическими принципами конфигурации, а наглядность есть принцип кодирования содержания повседневности. Наглядность в коде представляет собой иконический принцип означивания, который проявляется в эффекте телесности, вещности, образности, использовании графиков, схем, рисунков и др. [11, с. 210]. В практике речевых жанров и коммуникативных форм наглядность как свойство культурных структур повседневности выражается в идеологемах гламура и/или философии гламура, активно навязываемой массмедиа.

Что такое философия гламура, в чем смысл данного концепта? В статье «Гламур как судья в литературе» Андрей Максимов, известный писатель, отвечает следующим образом: «Потому что гламур – это что такое? Это ведь не просто нечто блестящее и бессмысленное. Нет, это – вполне себе философия, смысл которой в том, что для того, чтобы быть счастливым, надо стать знаменитым и богатым. Стал? Молодец! Не стал? Значит, ты лох. Для того чтобы стать знаменитым, ты можешь делать все, что угодно. <...> Все, что делает тебя знаменитым, имеет смысл. Нравственность и моральные принципы – это отстой» [6]. Далее он замечает, что сегодня философия гламура является, по сути, единственной философией жизни в нашей стране, завоевывая все более широкое пространство культуры, так как законы гламура просты и незамысловаты: к славе надо идти любым путем, можно и через скандал.

Очевидно, распространение философии гламура в культуре повседневности следует связывать и с заимствованием самой лексемы, номинирующей данный концепт. Еще в 1998 году Т. Толстая пишет статью, под названием «Я планов наших люблю гламурье». Как отметила Е. В. Сергеева, в этой статье гламур уже воспринимается как абстрактное понятие, на базе которого может формироваться концепт, поскольку гламур определяется как «высшее, разреженное, лучистое, эфирное, запредельное состояние бытия». За последние годы этот термин стремительно эволюционировал, приобретая все новые и новые значения. Гламур воспринимается как нечто неинтеллектуальное (даже «антиинтеллектуальное») и «антиделовое» (ср.: «А вот как сочетается «антикризисность» и гламур... – большой вопрос» – «Лиза», № 36, 2007). По-видимому, одним из главных содержательных элементов формирующегося концепта является «стиль жизни», причем определенный стиль – антидуховный и агрессивный. Не случайно, наверное, Лев Рубинштейн в передаче «Школа злословия» назвал гламур «официальной идеологией современного общества», а глянецовые журналы – его печатным рупором [12]. Интересно, что А. Максимов также противопоставляет философию гламура интеллигентности и интеллигенции: «Был я убежден, что интеллигенция и гламур не пересекаются вовсе, как евклидовы прямые» [6].

Рассмотрим семантический потенциал концепта гламур (glamour).

Номинант концепта, т. е. существительное «гламур» (гламурный, гламурность и др.), характеризуется следующими значениями:

1) «магическое обаяние, шарм, внешний блеск, лоск» (Толковый словарь русского языка начала XXI века);

2) «соответствие задаваемым СМИ стандартам роскоши, очарования и привлекательности...» (интернет-энциклопедия «Традиция») (русский гламур, волшебство гламура, повседневный гламур, символ гламура и др.).

Как его синоним используется слово глянец (ср.: «библия гламура, настоящий глянец»). Гламур используется как обозначение некоего идеала «вечно-здорового-вечно-богатого» (Drugaya.ru): жизнь гламура, семена гламура, клубный гламур, суверенный гламур, сенатский гламур. Помимо указанных выше, у существительного *гламур* явно выделяется значение «идеология стремления к роскошному, светскому образу жизни»: «Экономика рухнула, но гламур выстоял», «называет гламур официальной идеологией современного общества», «гламур ... стал идеологией правящего класса России». Слово может быть употреблено в значении «идеология, насильственно навязываемая и пошлая, нечто отвратительное»: «В прайм-тайм, занятый на московском эфирном поле тошнотным гламуром, питерцы ставят ... документальные проекты...», «Гламур сегодня – это еще и мощнейший инструмент оболванивания, зомбирования и саботажа внятных сопротивленческих усилий». *Гламур* может обозначать и «чисто женское» понятие, связанное с романтичностью, соблазнительностью и очарованием, а также окружением дорогих вещей (ср. название журнала «Гламур»). Авторы текстов СМИ иногда сознательно расширяют значение лексемы *гламур* до «привлекательная, завораживающая светская суэта как таковая»: «Канн обожает гламур: шик, блеск, красоту, ажиотаж». Перечисленные значения составляют ядро ассоциативно-семантического поля культурного концепта «Гламур» [12].

Если сравнить круг значений английского номинанта концепта “glamour”, послужившего источником заимствования для его аналога в русском языке, то словари указывают следующие смыслы:

1) charm and allure; fascination;

2) fascinating or voluptuous beauty, often dependent on artifice;

3) (archaic) a magic spell; charm (Collins dictionaries).

Словарь “American Heritage Dictionary of the English language” приводит следующие значения:

1) an air of compelling charm, romance and excitement, especially when delusively alluring;

2) (archaic) a magic spell, enchantment.

Этимология слова состоит в развитии значения от шотландского корня, обозначающего магию (magic spell), и значения латинского корня *grammar* (from the association of learning with magic).

В качестве синонимов существительного *glamour* употребляются слова: *allure* (очарование, привлекательность), *allurement* (приманка, привлекательность), *animal magnetism* (животный магнетизм), *appeal* (призыв, привлекательность), *attraction* (притяжение), *beauty* (красота), *bewitchment* (колдовство, очарование, ча-

ры), charisma (обаяние), charm (шарм), color (индивидуальность), enchantment (очарование, колдовство, обаяние), fascination (очарование), interest (интерес, влияние), magnetism (магнетизм), prestige (престиж), ravishment (восторг, восхищение), razzle-dazzle (кутеж), romance (романтика), star quality (звездность). Антонимами концепта *glamour* являются: drab (серость, однообразия), dullness (уныние, скука), plainness (некрасивость, простота), ugliness (уродство).

Дискурсивная реализация концепта *glamour* в современном английском языке может быть проиллюстрирована следующими примерами.

(1) He had certainly set his eyes on more voluptuous creatures, but something about her lack of *glamour* engaged him (Clive Barker. THE HELLBOUND HEART). (Его взгляд останавливался на более роскошных особах, но его поразило в ней какое-то отсутствие гламурности).

(2) Here, in this smaller, less sophisticated society, Emerald had *glamour* (Pacter, Trudi. YELLOW BIRD). (Здесь, в небольшом, безыскусном обществе у него был шарм).

(3) Keith, she had decided, had seen enough of ostentatious *glamour* with his first wife (Harcourt, Palma. A MATTER OF CONSCIENCE). (она думала, что Кит уже видел достаточно показного гламура у своей первой жены).

(4) Still, her concept of exotic, rich food was perfect for the 1970s when women had time and were hungry for *glamour* (GLASGOW HERALD, 2001). (Однако, ее понимание экзотической, богатой еды для 1970-х было правильным, когда у женщин было время и они жаждали гламура).

(5) Stress is no longer just pressure but has metamorphosed into stimulus and thence to challenge, excitement, adventure and even *glamour* (Atkinson, Jacqueline M. COPING WITH STRESS AT WORK). (Стресс уже не просто бремя, он превратился в стимул, и как следствие теперь это – вызов, возбуждение, приключение и даже гламур).

(6) Thank you for showing us the truth behind the digitally altered glitz and *glamour*! (TORONTO SUN, 2003). (Спасибо за то, что нам открылась правда, скрывающаяся за цифровой личиной блеска и гламура).

(7) The SCISSOR SISTERS brought a little *glamour* to an otherwise dismal Saturday at the GLASTONBURY festival this afternoon (June 26) (NEW MUSICAL EXPRESS, 2004). (Вечером сестры Сиззор привнесли немного гламура в мрачную атмосферу субботнего фестиваля в Гластонбери).

(8) Their very public privacy battle over photos of their wedding has brought a touch of Hollywood *glamour* to London's dusty High Court (TORONTO SUN, 2003). (Это вынесенное на публику разбирательство по поводу их личных свадебных фотографий привнесло нотку голливудского гламура в затхлую атмосферу лондонского городского суда).

(9) There is a mixture of fear and *glamour* surrounding the whole subject, which offers no value or assistance in fighting the real threats (GLASGOW HERALD, 2001). (Какая-то смесь страха и гламура вокруг этого дела не дает возможности противостоять реальным угрозам).

Как видно, понятийными признаками концепта *glamour* являются смыслы: сексапильность, внешняя привлекательность (1), престиж, значительность, положение (2), показная, публичная рисовка (3), жажда экзотики и роскоши (4), возбуждение, призыв к действию (5), нечто скрытое, полуправда (6), веселье, настроение (7), голливудский шарм (8), запретная притягательность (8). При этом свойство гламурности ассоциируется не только с женской телесностью и сексуальностью, оно может характеризовать и абстрактные, отвлеченные понятия, такие как: атмосфера суда (*glamour* to London's dusty High Court), фестиваля (*glamour* to an otherwise dismal Saturday at the GLASTON BURY festival); гламурной может быть пища (her concept of exotic, rich food); гламур может быть сопоставим с обманом, страхом, вызовом.

Смысловыми компонентами концепта *glamour*, согласно данным Thesaurus.com, являются также следующие признаки: торжественность, привлекательность, фальшь, значительность, блеск, престиж, ср.:

(10) Shellfish are optional, but always add *glamour* and color if you wish to in cludet hem (Моллюски необязательны, но они добавляют красок и торжественности, если их подать);

(11) It is, after all, easy to get swept away with *the glamour* (В конце концов, гламур с легкостью может увлечь вас);

(12) The monarchy needs a combination of stability and *glamour* (Монархии требуется стабильность и гламур);

(13) Seafood in your food establishment loses *the glamour* if it contains dangerous pathogenic bacteria or viruses (Морепродукты в вашем рационе теряют привлекательность, если в них обнаруживаются патогенные микробы или вирусы);

(14) No one forced him to indulge the false *glamour* of the weed (Никто не вынуждал его к фальши гламурного траура);

(15) Constant clicking rubs the shine off anyone's *glamour* (От постоянного трения глянец теряется);

(16) They show that cigarettes are needed to project *glamour*, emotion or decisiveness (Они показывают, что сигарета необходима, чтобы произвести впечатление решительности, значительности, эмоциональности);

(17) But she is quick to point out she is not defined by glitz and *glamour* (Однако она спешно заметила, что она не склонна поддаваться блеску гламура);

(18) The *glamour* and prestige of winning also inspires dedication (Гламур и престиж победы порождают преданность).

Гламур может ассоциироваться с общественным устройством, монархией, с престижным поведением, питанием, манерами, даже траур может быть гламурным. Гламур – это эмоция, ср.: (19) *Glamour* cannot exist without social envy being a common and widespread emotion (John Berger).

Гламур может быть красноречив: (20) *Glamour* looks eloquent but seldom talks (Mason Cooley).

Гламур – это отсутствие проблем и забот: (21) We can paint unrealistic picture of the juggler – displaying her now as a problem-free paragon of *glamour* and as a modern hag (Faye J. Crosby).

Гламур как сладостные ощущения: (22) The glamour of childish days is upon me, my manhood is cast down in the flood of remembrance (D. H. Lawrence).

Гламур – это роскошь и шик: (23) You the rich are no whit more attractive or capable than you who were poor and struggling a few years back. But when before you plodded lonely and unappreciated, now the glamour of the motor and the smart apartment surrounds you with a tangible glory (A. MacDougall).

Гламур как самореализация: (24) Black women work because their husbands can't make enough money at their jobs to keep everything going... They don't go to work to find fulfillment, or adventure, or glamour, or romance, like so many white women think they are doing. Blackwomen-workoutofnecessity (W. Rudolph).

Как представляется, основным смысловым компонентом семантики английского концепта гламур, очевидно, выступает некая внешняя привлекательность, внешний блеск, романтизм, шикарность, ощущение удовольствия. Именно внешняя привлекательность как символ и метафора «красивой жизни», к которой устремилось так называемое новое «продвинутое» поколение современной российской культуры, и стали той притягательной моделью, которая начала копироваться в процессе освоения русским дискурсом слова «гламур».

В статье Л. И. Смуровой отмечается, по крайней мере, восемь аспектов смысловой семантики концепта «гламур» в русском языке.

1) «Гламур – это гламур» (стиль жизни): когда вся мировая эстрада перестаёт быть эстрадой, а превращается в конкурс красоты, моды и откровенной эротичности;

2) «Гламур – это история»: переделанное детище аристократических европейских домов; балы, светские рауты, чаепития и прочие элитарные «тусовки» светских львиц;

3) «Гламур – это искусство»: таланты и качества индивидуума или группы людей сводятся к искусству технологий манипулирования сознанием потребителя продукции фабрик гламура;

4) «Гламур – это товар»: на сцене концертного зала выступает силиконовая кукла, открывая рот под фонограмму и демонстрируя профессионализм пластической хирургии и чуда липосакции;

5) «Гламур – это микрокосмос асоциальной псевдозлиты и механизм разрушения души индивидуума»: культивация гламура как престижного мирозерцания есть ни что иное как добровольная ликвидация духовного образа человека;

6) «Гламур – это идеология», нивелирующая основные духовные приоритеты человека;

7) «Гламур – это обман», дезориентация человека;

8) «Гламур – новая мировая религия», электоральное поле которой простирается от «золотого» ребёнка Алины Гроссу до пластмассовой старушки Шер [13].

Таким образом, культура «гламуризации» сфабрикована посредством искусственной переоценки и замены человеческих гуманных ценностей. Вера, Надежда, Любовь – духовные идеалы и основные жизненные ценности христианского социума – новая культура заменяет более примитивными, но простыми понятиями: Статус, Возможность, Выгода, Красивость.

Анализируя функционирование слова «гламур», профессор М. Ю. Кронгауз справедливо отмечает: «Само слово «гламур» пришло ... из английского языка ... и успешно конкурирует со словом «глянец», потихоньку вытесняя его из языка (по крайней мере, в одном значении). Глянец было заимствовано раньше из немецкого языка, в котором соответствующее слово *Glanz* значило просто «блеск». Глянцевыми стали называть журналы с блестящей обложкой, а уж затем значение расширилось ... до принадлежности к определенной массовой культуре, пропагандируемой «глянцевыми журналами» ... – журналами совершенно определенного содержания: о моде, о новом стиле жизни. Слово «гламурный» описывает вроде бы ту же самую журнальную культуру, но в большей степени раскрывает ее суть, ведь в английском оно изначально связано с чарами и волшебством (таково его первое и исходное значение). Возможно, поэтому оно сочетается с большим кругом слов. Скажем, журналы можно называть и глянцевыми, и гламурными, а вот глянцевые женщины мне что-то не попадались». «В гламурных текстах совершенно особую роль играют оценочные слова, прежде всего прилагательные и наречия... Понятно, что в этом дивном, волшебном мире все не просто хорошо, все очень хорошо, а язык немножко смахивает на крикливого торговца, который все нахваливает свой товар». «Таким образом, происходит... девальвация смысла этого слова, осталась только положительная оценка: дорогой и, следовательно, качественный. Впрочем, язык не стоит на месте» [5, с. 26 – 31]. Отмеченная М. Кронгаузом идеологическая перегруженность гламурного языка прямо связана с тем, что сам гламур показал себя не просто как мода, а как некое направление общества потребления, его мировоззрение, его «официальная идеология».

Таким образом, философия гламура устойчиво коррелирует с культурой повседневности как один из ее непреходящих атрибутов и характеристик. При этом философия гламура одновременно выступает как механизм всеобщей стратегии манипулирования в обществе потребления. Аргументируя порочность глянцевой идеологии потребления, А. Гордон подчеркивает недопустимость социальной дискриминации и ограничения свободы самовыражения, выступая не столько против самого классового неравенства, сколько против права «гламурной элиты» навязывать свою философию всему обществу в качестве основной системы ценностей, против подстигивания демонстративного потребления, создающего искусственные знаки статусных различий. «Главная обманка и заблуждение в чем? В том, что вы создали некий орден, который отличен тайными знаками... «Шанель», «Версаче»... если ты заработаешь на «Версаче», ты в клуб попадешь» [2].

Следует отметить, что культурный концепт «гламур» стал ключевой идеологией художественного творчества, о чем свидетельствует, например, роман Виктора Пелевина «Ампиr В». Писатель с блеском, достойным самого гламурного рассказа, развенчивает философию гламура современного общества потребления, как отражение культуры повседневности, саркастически-презрительно противопоставляя гламур, воплощающий бездуховность и антидуховность, истинным гуманистическим ценностям жизни. Пелевин пишет: «...гламур – это дискурс тела... А дискурс – это гламур

духа» [9, с. 60]; «Идеологией анонимной диктатуры является гламур» [9, с. 68]. Обоснование «идеологичности» гламура представлено в речи персонажа: «Гламур можно считать идеологией, поскольку это ответ на вопрос «во имя чего все это было». «– Что «все это»? – Возьми учебник истории и перечитай оглавление» [9, с. 69]. Таким образом, в романе «Амфир В» гламур представляется идеологией, навязывающей представление о том, что вся история человечества творилась во имя грядущего стремления к богатству, роскоши, внешней привлекательности.

В творчестве В. Пелевина художественный концепт «гламур» включает смысл «образ жизни, специфический способ существования», причем образ жизни, сутью которого является потребление: «...словом «lovemarks» в гламуре называют торговые марки, к которым человек прирастает всем сердцем...» [9, с. 75]. «Прирастание всем сердцем» к торговым маркам, а не к людям или к духовным ценностям, относится к оценочному слою концепта – естественно, отрицательного. «Гламур» – по Пелевину – это специфическое искусство, «искусство обмана, маскировки и контроля». «Гламур и дискурс – это два главных искусства, в которых должен совершенствоваться вампир. Их сущностью являются маскировка и контроль» [9, с. 57]. «А как тогда сформулировать главную идеологему гламура? – Очень просто – сказал Иегова. – Переодевание... только понимать его надо широко» [9, с. 69]. «Но это обещание чуда маскирует полное отсутствие чудесного в жизни. Переодевание и маскировка – не только технология, но и единственное реальное содержание гламура» [9, с. 69–70]. В этом отношении гламур неисчерпаем: «Итак, гламур так же неисчерпаем, как дискурс» [9, с. 87]. «А дискурс... – это сублимация гламура» [9, с. 59]. «Поэтому мы говорим, что дискурс есть разновидность гламура, а гламур есть разновидность дискурса» [9, с. 69].

Дискурс – это гламур духа. На стыке этих понятий возникает вся современная культура [9, с. 60]. В то же время гламур – это антикультура, определенный способ существования, в сущности, культуру отрицающий («...литература была самой далекой от гламура областью, какую я только мог представить» [9, с. 70]) и связанный прежде всего с материальной сферой жизни: «Гламур движет вперед экономику» [9, с. 91]. Благодаря подобным противоречиям концепт «гламур» представляется как своеобразный парадокс, причем подобное восприятие создается и за счет того, что он представляется автором в виде оксюморона – как источник «бессодержательного смысла слов».

Концепт «гламур» в романе включает и содержательный элемент – «средство унижения человека и человечества»: «Цель гламура в том, чтобы жизнь человека проходила в облаке позора и презрения к себе... Гламур и дискурс погружают своих потребителей в убожество, идиотизм и нищету» [9, с. 91].

Литература

1. Вальденфельс, Б. Повседневность как плавильный тигль рациональности / Б. Вальденфельс; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1991. – Режим доступа: <http://ec-dejavu.ru/d/daily/html/7/12/2011>
2. Гламур и Антигламур: Программа “Гордон Кихот”. Выпуск от 20 февраля 2009 года. – Режим доступа: <http://www.ltv.ru/gordonkihot>
3. Карпенко, Д. Гламур и дискурс как основные концепты современных массмедиа / Д. Карпенко. – Режим доступа: <http://sekach-dmitry.livejournal.com/26011.html>

В качестве значимой смысловой составляющей концепта «гламур» преподносится его понимание как ответа на все вопросы, следовательно, своеобразной философии, онтологии, объяснения сути бытия, причем многоаспектной, всеохватывающей: «Гламур так же неисчерпаем, как дискурс» [9, с. 87]. Таким образом, сущность гламурной философии декларируется средствами дискурса, и в основе стратегии гламуризации лежит идеологема сокрытия и дефамации.

С точки зрения философии культуры явление всеобщей гламуризации современного общества объясняется в теории симулякров (от фр. Simulacres – изображение, подобие, видимость) – термин философии постмодернизма для обозначения средств фиксации опыта, располагающихся акцентированно вне категориально-понятийного ряда [8, с. 550]. Симулякр – это пустая форма, самореференциальный знак, артефакт, основанный лишь на собственной реальности. По мнению Дмитрия Карпенко, гламур сегодня главное орудие массмедиа для формирования и навязывание определенной точки зрения. Посредством гламура и дискурса массмедиа создают симулякры. Симулякр – образ отсутствующей действительности, правдоподобное подобие, лишенное подлинника, поверхностный, гиперреалистический объект, за которым не стоит какая-либо реальность. Создание симулякров один из наиболее мощных способов воздействия на аудиторию, благодаря чему СМИ пытаются убедить в том, чего никогда не было, заставить поверить в то, что на самом деле не существует. Но для того, чтобы отличить оригинал от подделки, нужно пытаться прилагать хотя бы минимум усилий, начав с того, чтобы не бездумно воспринимать весь нахлынувший поток дискурса, упакованного в красочный гламур, и для начала задаваться простым, но очень важным вопросом: «А что бы это все могло значить?» [3].

Философия гламура, насаждаемая в современном медийном пространстве, замечательно иронично описана в новом романе Виктора Пелевина «Бэтман Аполло»: «Люди находятся в постоянном окружении образов счастья. Ритуал потребления учит человека изображать восторг от того, что, по сути, является навязанной ему суетой и мукой. Все массовое искусство обрывается хеппи-эндом, который обманчиво продлевает счастье в вечность. Все другие шаблоны запрещены. Вроде и дураку понятно, что за следующим поворотом дороги – старость и смерть. Но дураку не дают задуматься, потому что образы радости и успеха бомбардируют его со всех сторон» [10, с. 46].

Таким образом, можно заключить, что концепт гламур представляет в мире современной коммуникации культурную структуру сферы семиотики повседневности как результат взаимопроникновения синхронных и диахронных транскультурных воздействий.

4. Касавин, И. Т. Анализ повседневности / И. Т. Касавин, С. П. Щавелев. – М.: Канон+, 2004. – 432 с.
5. Кронгауз, М. А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз. – М.: Языки славянских культур, 2008. – 232 с.
6. Максимов, А. Гламур как судья в литературе / А. Максимов // Российская газета. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2011/06/16/glamour.html>
7. Махлина, С. Т. Семиотика культуры повседневности / С. Т. Махлина. – СПб.: Алетейя, 2009. – 232 с.
8. Новый философский словарь. Постмодернизм / Гл. науч. ред. и составитель А. А. Грицанов. – Мн.: Современный литератор, 2007. – 816 с.
9. Пелевин, В. Амфир «В» / В. Пелевин. – М.: Эксмо, 2007. – 416 с.
10. Пелевин, В. Бэтман Аполло / В. Пелевин // Огонек. – 2013. – № 10. – С. 46 – 47.
11. Рябова, М. Ю. Знаковость культурных структур повседневности / М. Ю. Рябова // Вестник Иркутского государственного университета. – Иркутск, 2012. – № 2(18).
12. Сергеева, Е. В. Художественный концепт «Гламур» в романе В. Пелевина «Амфир В» / Е. В. Сергеева // Русская литература в мировом культурном и образовательном пространстве: мат. конгресса. – Т. 2. – СПб., 2008. – Режим доступа: pelevin.nov.ru/stati/glamour_u_pelevina.doc
13. Смурова, Л. И. Гламур – актуальный лингвокультурный концепт современного общества потребления / Л. И. Самурова // Держава та регіони. – 2010. – № 1 – 2. – С. 25 – 31. – (Серия: Гуманитарные науки). – Режим доступа: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_gn/...1.../GN110_05.pdf
14. American Heritage Dictionary of the English language. – Режим доступа: http://download.cnet.com/American-Heritage-Dictionary-5th-Edition/3000-18495_4-75633253.html
15. Collins dictionaries. – Режим доступа: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/glamour>
16. De Certeau, M. The Practice of everyday life / M. De Certeau. – Berkeley: Univ. of California Press, 1984. – 204 p.

Информация об авторе:

Рябова Марина Юрьевна – доктор филологических наук, профессор кафедры английской филологии № 1 КемГУ, mrjabova@inbox.ru.

Marina Yu. Ryabova – Doctor of Philology, Professor at the Department of English Philology № 1, Kemerovo State University.

Статья поступила в редколлегию 18.02.2014 г.