Ткаченок К. А. Концепт CHALLENGE: вербальная объективация и функционирование в дискурсе моды / К. А. Ткаченок // Научный диалог. — 2017. — № 5. — С. 114—125. — DOI: 10.24224/2227-1295-2017-5-114-125.

Tkachenok, K. A. (2017). CHALLENGE Concept: Verbal Presentation and Functioning in Fashion Discourse. *Nauchnyy dialog, 5:* 114-125. DOI: 10.24224/2227-1295-2017-5-114-125. (In Russ.).

Журнал включен в Перечень ВАК

УДК [811.112.2'42+811.111'42]:746.4
DOI: 10.24224/2227-1295-2017-5-114-125

Концепт CHALLENGE: вербальная объективация и функционирование в дискурсе моды

Ткаченок Карина Анатольевна (2017), старший преподаватель кафедры английского языка № 3, Московский государственный институт международных отношений МИД России (Москва, Россия), karinapodobed@gmail.com.

Рассматриваются средства вербализации концепта CHALLENGE и способы функционирования его лексических репрезентантов в текстах глянцевых изданий. Методом концептуального анализа проводится исследование понятийной, ценностной и образной составляющих данного концепта. Отмечается, что исследуемый концепт в текстах о моде представлен большим количеством вербальных репрезентантов, характеризующихся своеобразием смысловых и структурных особенностей. Всестороннее изучение концепта CHALLENGE необходимо для того, чтобы обеспечить эффективность воздействия на потенциальных покупателей — реципиентов «модного» продукта. Анализ лексических средств и способов объективации данного концепта в дискурсе моды создает основу для изучения средств речевой манипуляции сознанием целевой аудитории для изменения и коррекции взглядов и установок ее представителей. Комментируется аксиологическая составляющая изучаемого концепта. Автор доказывает, что основными структурными элементами понятийной составляющей концепта CHALLENGE в текстах глянцевых изданий являются «вызов нормам поведения в обществе», «вызов моде», «вызов самому себе». Полученные данные позволяют составить представление об одном из наиболее популярных концептов, бытующих в сознании читателей глянцевых изданий.

Ключевые слова: концепт; концептосфера; вербализация; дискурс; мода.

1. Введение

Являясь мощным регулятором поведения в социуме, мода служит объектом исследования для представителей различных областей знания,

от историков до маркетологов и специалистов по связям с общественностью. Воздействуя на реципиента по вербальным и визуальным каналам ежедневно, мода укрепляет свою власть в обществе, тем самым привлекая пристальное внимание ученых и стимулируя научную мысль. Сложно переоценить значимость феномена моды в современном мире. В статье “Semiotics. Fashion. Cognition” современный датский исследователь Матиас В. Якобсен рассуждает об омнипрезентном характере моды: «Просмотр кино или ТВ-шоу всегда предполагает определенную моду в одежде. Рекламные щиты, а также рекламные объявления в газетах несут моду. Простая прогулка по улице. Кажется, выхода просто нет. Каждый, кто старается избежать моды, лишь отрицает ее, и, таким образом, активный противник моды также осознает ее существование (перевод наш. — *К. Т.*)» [Jakobsen]. Вербальной областью воздействия моды на потребителя является дискурс моды, представляющий собой совокупность текстов, объединенных общей тематикой и созданных с целью оказания эксплицитно информирующего и эксплицитно направляющего воздействия на представителей социума. В этой связи примечателен взгляд на феномен моды и, в частности, язык моды, выражаемый в трудах французского философа и семиотика Ролана Барта. Занимаясь изучением дискурса французских глянцевых журналов, Барт приходит к выводу о принципиальной важности не только самой моды, но и языковых средств ее выражения. Барт указывает на тот факт, что одежда становится модой, лишь получив свое выражение на письме, в то время как материальная одежда существует вне моды [Barthes, 1990; Barthes, 2006]. Таким образом, одной из важнейших для предпринимаемого исследования идей в работах философа является осознание того, что столь влиятельный общественный институт, как мода, создается при помощи фиксации фэшн-значения на письме.

Мода определенного периода представляется как своего рода идеология, в то время как тексты о моде служат трансляции последней. Выстраивая обращение к читателю, авторы фэшн-текстов оперируют рядом концептов, являющихся частью сознания аудитории, вербальные репрезентанты которых «включают концепт в нашем сознании, активизируя его в целом и запуская его в процесс мышления» [Попова и др., 2001, с. 39]. Из определений, данных термину *концепт* в научной литературе, нам представляется целесообразным выделить представление о концепте как об «оперативной единице памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, кванте знания» [Кубрякова, 1997, с. 90], «сгустке культуры в сознании человека, том, в виде чего культура входит в ментальный мир человека» [Степанов, 1997, с. 40].

По мнению Ю. С. Степанова, «именно посредством концепта человек сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [Там же]. Выбор концептов для вербализации продиктован доминированием тех или иных ценностей и понятий на определенном этапе развития модной культуры. Сменяя друг друга, ценности группы читателей глянцевых изданий получают свое языковое воплощение, которое в свою очередь делает возможным анализ покупательских преференций для маркетологов, а также изучение способов речевого манипулирования для филологов, психологов, культурологов и пр.

Речь в данной статье идет о способах языковой объективации концепта CHALLENGE в текстах о моде, опубликованных в изданиях американской версии журнала «Vogue» в настоящем тысячелетии. Выбор данного глянцевого издания обусловлен популярностью именно американской версии журнала в силу его долгой истории (издается с 1892 года еженедельно, с 1972 года — ежемесячно) и авторитетной позиции среди мировых глянцевых изданий. Случаи актуализации концепта CHALLENGE встречаются в 190 текстах нашей выборки, включающей 1100 статей журнала «Vogue», посвященных предметам женского гардероба, что свидетельствует о большой значимости данного концепта для представителей «модной» культуры. Примечательны способы функционирования вербальных репрезентантов данного концепта в текстах выборки. Обнаруживают себя различные способы апелляции к данному концепту на страницах журнала, что позволяет говорить о разнице в восприятии концепта реципиентами и представляет предмет для изучения.

2. Методика

С целью формирования наиболее целостного представления о рассматриваемом концепте и его месте в концептосфере читателей глянцевых изданий мы предпринимаем попытку описания выбранного концепта с позиции трех его составляющих: понятийной, ценностной и образной [Карасик, 1999, с. 39]. На каждом из этапов анализа нами используются методы, которые позволяют достичь подробного и достоверного описания составляющих концепта CHALLENGE.

Понятийная составляющая концепта представлена фактуальными данными о том объекте действительности, который служит прообразом для формирования концепта [Ожгихина, 2006]. Понятийное содержание концептов, объективируемых авторами в текстах о моде, может быть выявлено при обращении к полевой структуре концепта [Попова и др., 2001, с. 34—56]. В таком случае ядро концепта будет представлено конкретно-

образными характеристиками концепта, не зависящими от принадлежности респондентов к той или иной группе (например, читателей журнала «Vogue»). Для анализа ядра концептов единой концептосферы глянцевого журнала мы обратимся к англо-английским толковым словарям, которые наиболее полно отражают значение вербализующих концепты единиц. Периферия концептов, представляющая большую важность для данного исследования, представлена индивидуальными оценками и трактовками содержания концепта представителями определенных групп. Иными словами, «модные» концепты здесь будут различны в сознании читателей глянцевых изданий и других людей. Анализ периферии концептов в настоящей работе связан с описанием лексических единиц в конкретных контекстах, избранных авторами для вербализации рассматриваемых концептов в фэшн-текстах.

Выделяя *ценностную* составляющую лингвокультурного концепта, ученые связывают ее с культурологической «сутью» и придают ей большое значение ввиду ее соотнесенности с информацией, наиболее важной для носителя языка. Количество апелляций к тому или иному концепту, выявляемое методом статистического подсчета, делает возможным сравнение значимости концептов моды в картине мира представителей читательской аудитории.

Образная составляющая концепта представлена его ассоциативными признаками. Она «опредмечивает в языковом сознании когнитивные метафоры, через которые постигаются абстрактные сущности» [Воркачев, 2012, с. 36—42]. Образная составляющая исследуемого концепта рассматривается в рамках настоящего исследования на основе теории образных схем, предложенной американским философом Марком Джонсоном. Термин *image schema* появляется в 1987 году одновременно в книге Марка Джонсона «Тело в уме» (The Body in the Mind) и книге Дорджа Лакоффа «Женщины, огонь и другие опасные вещи» (“Women, Fire, and Dangerous Things”) и трактуется как «устойчивая повторяющаяся структура в когнитивных процессах, которая описывает закономерности нашего понимания и рассуждения» [Gibbs, 2006, с. 241]. Список образов-схем, предлагаемый М. Джонсоном, по словам самого автора, не претендует на исчерпывающую завершенность, но включает 27 основных образов-схем, типичных для повседневного опыта. Назовем из них те, которые являются наиболее частотными моделями восприятия концептов моды: CONTAINER (ВМЕСТИЛИЩЕ), BLOCKAGE (ПРЕПЯТСТВИЕ), PATH (ПУТЬ), ATTRACTION (ПРИТЯЖЕНИЕ), PROCESS (ПРОЦЕСС) [Johnson, 1987].

3. Результаты и обсуждение

Концепт CHALLENGE обладает обширным номинативным полем, педставленным в первую очередь лексемами *challenge*, *bold*, а также *riot*, *misbehave*, *mischief*, *redefine* и т. д. Спецификой данного концепта является его способность быть реализованным в контексте моды посредством большого числа лексических единиц, значения которых не являются схожими на первый взгляд. В результате анализа фэшн-текстов нашей выборки мы приходим к выводу об их тесной взаимосвязи в контексте человеческого поведения в общем и модного поведения в частности. Начальный этап анализа задействует изучение словарных толкований основных репрезентантов концепта. Приведем некоторые из них.

Merriam-Webster: *challenge — to question the action or authority of someone; to dispute especially as being unjust, invalid, or outmoded; to confront or defy* ***boldly****;* ***dare****; as a noun: a summons, that is often threatening, provocative, stimulating, or inciting*;

Oxford: *to make a rival claim to or threaten someone's hold on (a position)*;

bold: *not afraid of danger or difficult situations; showing or requiring a fearless daring spirit; adventurous, free. Syn.:daring, dashing*;

Oxford: *showing a willingness to take risks; confident and courageous*;

Irish: *naughty*; *badly behaved; a bold stroke — a daring action or initiative*.

Исследователи указывают на то, что концепты могут быть реализованы вербально не только за счет отдельных лексем: план выражения концептов может включать словосочетания, предложения, а также целые тексты. Встречаются случаи, когда концепт не проявляется в тексте вербально, а подразумевается, мыслится автором и выводится реципиентом посредством когнитивной интерпретации текста. Таким образом, концепт, именуемый нами CHALLENGE, согласно результатам настоящего исследования, проявляется также в виде сочетаний: *against the norms, breaking the rules, violate the norms, go against the conventions, violate the laws* и т. д. Общим когнитивным признаком на первый взгляд совершенно различных лексем служит здесь их способность передавать смысл «нарушение норм». Нормами этими в контексте моды могут быть явления, разные по своей природе: как нарушение господствующих стилей в одежде (и переход к радикально новым), так и нарушение норм общественного поведения (как, например, в случае с лексемами: *misbehave, disobey, violate*). Так, человек, способный нарушить какие-либо нормы и пойти в разрез с представлениями большинства о том, каким должно быть поведение в окружающем мире и в окружающей модной действительности, непременно должен обладать смелостью, а порой даже дерзостью, отсюда связь концепта

CHALLENGE с концептом BOLDNESS и одноименной лексемой. Находим, что качества, передаваемые лексемой *bold*, инкорпорированы в денотат концепта CHALLENGE (о чем также свидетельствуют определения лексемы *challenge*), и в связи с этим считаем возможным говорить о лексеме *bold* как о неотъемлемой составляющей номинативного поля концепта CHALLENGE. Такая связь проявляется в большинстве примеров нашей выборки, что указывает на главенствующее положение обоих элементов в понятийной структуре концепта, делая их частью ядра исследуемого концепта: *Clash Mob. Make a splash with an unexpected array of pieces — from* ***bold*** *shearlings to graphic skirts — that are* ***daring****, dashing, and dynamic.*

Герои исследуемых текстов — дизайнеры, модели, читатели — находят смелость бросить вызов любым правилам, идут наперекор традиционному и классическому в стиле:

The ***rule-breakers*** *defining the way we dress now. Также: They* ***challenge convention****, in a sly way, by their very conventionality.*

Они разрушают границы, легко преодолевают преграды: *And while Marc by Marc's wild, chunky-soled sport boots and eye-popping, multicolor zigzag sneakers will certainly pack in extra fun for 20-something's money this fall, truly believing in what they do means that Bartley and Hillier are making this* ***challenge*** *personal,* ***crashing*** *age* ***barriers*** *to design things they want to wear, too.*

Особое внимание при рассмотрении вербальных средств актуализации концепта CHALLENGE в текстах о моде следует уделить лексемам, связывающим свой денотат с нарушением поведенческих норм, в частности лексемами, отражающими плохое поведение в детстве: *mischief, misbehave, disobey* и др. ***Let's misbehave*** — так звучит заглавие небольшой статьи, посвященной стилю креативного директора журнала Грейс Коддингтон. *Grace Coddington, our creative director, champions a lady, yes — but one with a percolating sense of* ***mischief****.*

Действующие лица статей о моде не только подвергают сомнению социальные устои, — на пути к самосовершенствованию они также готовы бросить вызов самим себе:

"I wanted to ***explode the shapes*** *and* ***proportions****, to* ***take myself out of my comfort zone****," — says Sarah Burton of Alexander McQueen*. В данном отрывке креативный директор модного дома Александр Маккуин делится своими мыслями о новой коллекции: модельер уходит от привычных тонов и пропорций в попытке изобрести радикально новые, тем самым выводя себя из привычной зоны комфорта. Дух бунтарства также является неотъемлемым фоном для всех действий, происходящих в фэшн-текстах.

Бунтарство «прославляется» на страницах глянцевого издания из номера в номер, выражаясь как в особенностях гардероба героев, так и в их поведении, становясь неотъемлемой частью понятийной структуры концепта CHALLENGE:

Unquiet riot: *Luella Bartley and Katie Hillierlend their brilliant irreverence to the new Marc by Marc Jacobs*. Или же: *Their combustible knack for* ***rebelliousness*** *goes back to their raver 20s in London, when Bartley started her own label*.

Итак, основными структурными элементами понятийной составляющей концепта CHALLENGE в текстах глянцевых изданий являются вызов нормам поведения в обществе, вызов моде, вызов самому себе. В составе ядра понятийной составляющей концепта CHALLENGE находятся лексемы, которые указывают на связь своего денотата с вызовом современным модным тенденциям, господствующим правилам сочетаемости предметов гардероба, в составе ближней периферии понятийной составляющей концепта, таким образом, оказывается вызов правилам поведения в обществе. Дальняя периферия в структуре исследуемого концепта представлена лексемами, объективирующими вызов самому себе в вечном стремлении героев к совершенствованию собственных вкусов и предпочтений.

Основываясь на анализе понятийной составляющей концепта CHALLENGE, присущего сознанию читателей журнала «Vogue», мы получаем возможность выявить ценностную составляющую элементов данного концепта для аудитории глянцевого издания. Результаты количественного анализа лексических репрезентантов концепта CHALLENGE в фэшн-текстах приведены в таблице (табл. 1).

Таблица 1

Ценностная составляющая концепта CHALLENGE

Концепт CHALLENGE как вызов	Общее количество апелляций к концепту
	190 (100 %)
Нормам поведения	70 (36,8 %)
Современной моде	92 (48,4 %)
Себе самому	28 (14,7 %)

Из приведенной таблицы видно, что количество случаев апелляции к концепту CHALLENGE в его отношении к нормам общественного поведения и в его связи с современной модой не показывает большого различия. Это может быть мотивировано тесной связью данных проявлений концепта с образом личности в тексте о моде. Личность в таком контексте

обладает необходимой смелостью, чтобы пойти вразрез с устоявшимися порядками поведения в социуме, выглядя смело, демонстрируя передовое, «радикально новое» поведение в своем стиле, тем самым подвергая сомнению традиционную на данный момент манеру одеваться. Такие личности, как правило, требовательны к себе — качество, также отраженное в тексте о моде.

Рассматривая образную составляющую концепта CHALLENGE в текстах глянцевого издания, следует отметить, что случаи вербализации данного концепта соотносятся с двумя схемами из минимума, предложенного М. Джонсоном. Как вызов общественным нормам, концепт CHALLENGE, на наш взгляд, может восприниматься реципиентом через образ-схему COUNTERFORCE (ПРОТИВОДЕЙСТВУЮЩАЯ СИЛА). Этот же образ может служить и моделью для когнитивной интерпретации данного концепта в качестве вызова модным трендам. Правила поведения в обществе так же, как и правила модного поведения, представляют собой определенного рода силу, господствующую в общественной жизни в тот или иной период истории. Находя в себе смелость противоречить этой господствующей силе, индивид или группа лиц формирует силу иную — силу противодействия. Таким образом, считаем возможным рассматривать функционирование концепта CHALLENGE как вызов общественным и модным нормам по модели схемы COUNTERFORCE. Другая схема, предложенная Джонсоном, находит, на наш взгляд, свое применение при когнитивной обработке концепта CHALLENGE как вызов самому себе. Образ-схема RESTRAINT REMOVAL (УСТРАНЕНИЕ ПРЕПЯТСТВИЯ), согласно нашим наблюдениям, предоставляет модель, необходимую для осмысления функционирования концепта CHALLENGE в данном проявлении. Следует отметить, что такое препятствие является искусственно созданным: индивид самостоятельно возводит препятствия самому себе и стремится к их преодолению. Такими препятствиями для личности в фэшн-тексте могут служить недостаточное разнообразие видов кроя в коллекции (для дизайнеров), недостаточное количество необычных, бросающихся в глаза атрибутов стиля (для клиентов дизайнеров), недостаточная свобода самовыражения (для женщин в целом).

4. Выводы

Являясь частью дискурса моды, фэшн-текст обнаруживает все признаки персуазивной коммуникации, которые необходимы для формирования у аудитории глянцевых изданий желания приобрести тот или иной продукт. Анализ выборки из 1100 текстов, опубликованных в американской

версии журнала «Vogue» с начала 21 века до настоящего момента, позволил осуществить отбор наиболее важных концептов, подвергающихся объективации авторами текстов о моде, одним из которых является концепт CHALLENGE. Выбранный концепт изучен с применением методики концептуального анализа, предполагающей отдельное рассмотрение каждой из трех составляющих концепта: понятийной, ценностной, образной.

Концепт CHALLENGE в текстах о моде обнаруживает большое число вербальных репрезентантов, демонстрирующих как смысловые, так и структурные различия. Так, к репрезентантам концепта, согласно проведенному анализу, относятся лексемы *challenge*, *bold*, *rebel*, *radical* и префиксы *dis-*, *re-*, предлог *against*, отрицательная частица *not*, отрицательная приставка *non-* и другие. Разница между репрезентантами концепта выявляет тот факт, что понятийная составляющая концепта может также выводиться из поверхностной структуры предложений в тексте путем когнитивной обработки, иными словами, случаи апелляции к данному концепту являются более частыми, чем на первый взгляд обнаруживает текст. Основными структурными элементами понятийной составляющей концепта CHALLENGE в текстах глянцевых изданий являются: вызов нормам поведения в обществе, вызов моде, вызов самому себе. Ядром понятийной составляющей концепта CHALLENGE являются денотаты лексем, которые отражают вызов современным модным тенденциям, господствующим правилам сочетаемости предметов гардероба, в составе ближней периферии понятийной составляющей концепта, таким образом, оказывается вызов правилам поведения в обществе. Дальняя периферия в структуре исследуемого концепта представлена лексемами, объективирующими вызов самому себе в вечном стремлении героев к совершенствованию собственных вкусов и предпочтений.

Исследование ценностной составляющей концепта CHALLENGE показало, что в 48,4 % случаев дискурс моды репрезентирует концепт CHALLENGE как вызов современным тенденциям и призывает аудиторию к разрушению стереотипов в одежде. Концепт CHALLENGE как вызов обществу также является неотъемлемой частью картины мира аудитории, о чем свидетельствует большое число случаев апелляции к нему в фэшн-текстах (36,8 %). Апелляция к концепту CHALLENGE, если он маркирует идею вызова самому себе, в 14,7 % свидетельствует о представленности такого проявления концепта в сознании читателей, а также о стремлении представителей мира моды к самосовершенствованию.

Образная составляющая концепта CHALLENGE может быть представлена двумя схемами, входящими в минимум Марка Джонсона. Концепт CHALLENGE в тех своих проявлениях, которые предполагают нарушение

норм (как в моде, так и в общественном поведении), может подвергаться когнитивной обработке в сознании аудитории по модели COUNTERFORCE. Бросая вызов сложившемуся порядку, действующие лица в дискурсе моды формируют своего рода противодействующую силу, направленную на смещение действующих правил и установление новых. Концепт CHALLENGE как вызов самому себе может быть рассмотрен по схеме RESTRAINT REMOVAL: требовательные к себе, дизайнеры, модели, знаменитости устанавливают новые цели на своем пути самосовершенствования и преодолевают препятствия, возникающие на пути к достижению поставленной цели. Таким образом, ценность достижения поставленной цели культивируется в сознании читателей при актуализации концепта CHALLENGE.

Следует, однако, отметить, что достоверность полученных данных остается относительной без верификации их у носителей определенной культуры — в нашем случае — читателей модных журналов, являющихся носителями английского языка и выбирающими американскую версию журнала. Такая верификация при помощи, к примеру, проведения ассоциативного эксперимента, кажется нам разумной и целесообразной перспективой для проводимого исследования.

Источники

1. *Merriam-Webster* Dictionary [Electronic resource]. — Access mode : https://appsto.re/ru/_HYZx.i.

2. *Oxford* Dictionary of English FREE, MobiSystems, Inc. [Electronic resource]. — Access mode : https://appsto.re/ru/Jiwv6.i.

3. *Vogue* Archive [Electronic resource]. — Access mode :

https://login.voguearchive.com/LicenseStream/VogueLanding/VALandingDesktopP1.aspx.

Литература

1. *Воркачев С. Г.* Образная составляющая концепта LOVE / С. Г. Воркачев // Anglica Selecta : избранные работы по лингвоконцептологии. — Волгоград : Парадигма, 2012. — С. 36—42.

2. *Карасик В. И.* Оценочные доминанты в языковой картине мира / В. И. Карасик // Единство системного и функционального анализа языковых единиц. — Белгород : Белгородский государственный университет, 1999. — С. 39—40.

3. *Кубрякова Е. С.* Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. — Москва : Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. — 245 с.

4. *Ожгихина Е. С.* Концептуальный анализ рекламного текста с позиции гендера : на материале современного английского языка : диссертация… кандидата филологических наук : 10.02.04 / Е. С. Ожгихина. — Уфа, 2006. — 192 с.

5. *Попова З. Д.* Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж : [Б. и.], 2001. — 193 с.

6. *Попова З. Д.* Интерпретационное поле национального концепта и методы его изучения / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Культура общения и ее формирование. Вып. 8. — Воронеж : Полиграф, 2001. — С. 34—56.

7. *Степанов Ю. С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. — Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. — 824 с.

8. *Barthes R.* The Fashion System / R. Barthes. — Berkeley : University of California Press, 1990. — 233 p.

9. *Barthes R.* The Language of Fasion / R Barthes. — Oxford : Berg Publishers, 2006. — 191 p.

10. *Gibbs R. W*. The Cognitive psychological reality of image schemas and their transformations / R. W. Gibbs // Cognitive linguistics: basic readings. Berlin; New York : Mouton de Gruyter, 2006, — p. 241.

11. *Jakobsen M. V.* Fashion. Semiotics. Cognition. [Electronic resource] / M. V. Jakobsen. — Access mode: http://www.mtproductions.dk/mathias/artikler/fashionSemioticsAndCognition.pdf.

12. *Johnson M.* The Body in the Mind : The Bodily Basis of Cognition. — Chicago : University of Chicago Press. — 272 p.

CHALLENGE Concept: Verbal Presentation and Functioning in Fashion Discourse

Tkachenok Karina Anatolyevna (2017), senior lecturer, Department of English Language No. 3, Moscow State Institute of International Relations of Ministry of Foreign Affairs of Russia (Moscow, Russia), karinapodobed@gmail.com.

The means of verbalization of the concept of CHALLENGE and the functioning of its lexical representatives in the texts of glossy magazines are considered. The conceptual, axiological and figurative components of the concept are studied by the method of conceptual analysis. It is noted that the concept under study has a large number of verbal representatives, characterized by the originality of the semantic and structural peculiarities in texts about fashion. A comprehensive study of the concept of CHALLENGE is necessary in order to ensure the effectiveness of the impact on potential buyers — recipients of “fashionable” product. The analysis of lexical means and ways of presentation of this concept in the fashion discourse creates the basis to explore means of speech manipulation by the consciousness of the target audience to change and correct beliefs and attitudes of its representatives. Axiological component of the studied concept is commented. The author argues that the main structural elements of the conceptual component of the concept of CHALLENGE in texts of glossy magazines are “a challenge to the norms of behavior in society,” “challenge to the fashion,” “challenge to myself.” These data make a presentation about one of the most popular concepts prevalent in the minds of readers of glossy magazines.

Key words: concept; conceptual sphere; verbalization; discourse; fashion.

Material resources

Merriam-Webster Dictionary. Available at: https://appsto.re/ru/_HYZx.i. (In Engl.).
Oxford Dictionary of English FREE. Available at: https://appsto.re/ru/Jiwv6.i. (In Engl.).
Vogue Archive. Available at:
https://login.voguearchive.com/LicenseStream/VogueLanding/VALandingDesktopP1.aspx. (In Engl.).

References

Barthes, R. 1990. *The Fashion System.* Berkeley: University of California Press. (In Engl.).
Barthes, R. 2006. *The Language of Fasion*. Oxford: Berg Publishers. (In Engl.).
Gibbs, R. W. 2006. The Cognitive psychological reality of image schemas and their transformations. In: *Cognitive linguistics: basic readings*. Berlin; New York: Mouton de Gruyter. 241. (In Engl.).
Jakobsen, M. V. *Fashion. Semiotics. Cognition*. Available at: http://www.mtproductions.dk/mathias/artikler/fashionSemioticsAndCognition.pdf. (In Engl.).
Jakobsen, M. V. *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Cognition*. Chicago: University of Chicago Press. (In Engl.).
Karasik, V. I. 1999. Otsenochnyye dominanty v yazykovoy kartine mira. In: *Yedinstvo sistemnogo i funktsionalnogo analiza yazykovykh yedinits*. Belgorod: Belgorodskiy gosudarstvennyy universitet. 39—40. (In Russ.).
Kubryakova, E. S., V. Z. Demyankov, Pankrats, Yu. G., Luzina, L. G. 1997. *Kratkiy slovar' kognitivnykh terminov.* Moskva: Filol. f-t MGU im. M. V. Lomonosova. (In Russ.).
Ozhgikhina, E. S. 2006. *Kontseptualnyy analiz reklamnogo teksta s pozitsii gendera: na materiale sovremennogo angliyskogo yazyka:* dissertatsiya… kandidata filologicheskikh nauk: 10.02.04. Ufa. (In Russ.).
Popova, Z. D., Sternin, I. A. 2001. Interpretatsionnoye pole natsionalnogo kontsepta i metody yego izucheniya. In: *Kultura obshcheniya i yeye formirovaniye, 8.* Voronezh: Poligraf. 34—56. (In Russ.).
Popova, Z. D., Sternin, I. A. 2001. *Ocherki po kognitivnoy lingvistike*. Voronezh: [b. i.]. (In Russ.).
Stepanov, Yu. S. 1997. *Konstanty. Slovar'russkoy kultury. Opyt issledovaniya*. Moskva: Shkola «Yazyki russkoy kultury». (In Russ.).
Vorkachev, S. G. 2012. Obraznaya sostavlyayushchaya kontsepta LOVE. In: *Anglica Selecta:* izbrannyye raboty po lingvokontseptologii. Volgograd: Paradigma. 36—42. (In Russ.).