

УДК 81'27:070

## ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА «УСПЕШНАЯ ЖЕНЩИНА» В РУССКИХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ

**Ху Сяосюэ**

аспирант кафедры русского языка и стилистики

Пермский государственный университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. xiaoxue-perm@yandex.ru

Статья посвящена рассмотрению особенностей выражения концепта «успешная женщина» в текстах глянцевого журнала. Освещаются некоторые теоретические вопросы концептологии, ее современное состояние. Обосновывается необходимость дальнейшего изучения концептов, в том числе концепта «успешная женщина». Рассматриваются толкования лексем *успех*, *успешный* разными словарями. Описание концепта осуществляется с точки зрения разных языковых уровней. Выявляются семы (семантические компоненты), формирующие концепт. В соответствии с бытующими в современных СМИ представлениями устанавливаются центральные и периферийные зоны понятия *успешность*. Концепт «успешная женщина» описан как новое, формирующееся в настоящее время в русской языковой картине мира представление о современной женщине.

**Ключевые слова:** языковая картина мира; концепт; семантико-смысловое поле; центр и периферия; структурная и семантическая доминанты концепта.

Язык как общественное явление «выступает хранителем информации о мире, которая добыта всеми членами определенной этнолингвистической, культурно-языковой общности людей. Язык, рассматриваемый как достояние всех говорящих на нем, в силу кумулятивной функции является подлинным зеркалом национальной культуры» [Верещагин, Костомаров 1990: 15]. По верному замечанию В.Гумбольдта, разные языки – это «не просто разные оболочки общечеловеческого сознания, но и различные видения мира. В каждом языке заложено самобытное мирозерцание. Каждый язык описывает круг народа, которому он принадлежит, круг, откуда человеку дано выйти лишь постольку, поскольку он тут же вступает в круг другого языка» [Гумбольдт 1984: 80].

Широко используемое в современной лингвистике понятие «языковая картина мира», несомненно, опирается на философское понятие картины мира как таковой. В философском энциклопедическом словаре понятие «картина мира» определяется следующим образом: «Картина мира – ...совокупность мировоззренческих знаний о мире, совокупность предметного содержания, которым обладает человек» [Философия... 2004: 201]. Языковая же картина мира представ-

ляет собой совокупность знаний о мире, запечатленных в лексике, фразеологии, пословицах, поговорках и др. По мнению исследователей, языковая картина мира – это исторически сложившаяся в сознании того или иного языкового коллектива совокупность представлений о мире [см.: Верещагин, Костомаров 1990; Лихачев 1993; Степанов 1997; Красных 2003; Рылов 2003; Воробьев 2008 и др.].

Языковая картина мира есть отражение в лингвистических фактах национальной картины мира, представляющей собой своеобразную «визитную карточку» бытового, культурного, научного и других типов поведения того или иного народа. Каждый из нас является носителем и выразителем той культуры, в рамках которой родился и живет. Во всяком случае, основной набор национальных ценностных установок мы получаем в готовом виде, «по наследству» от предшествующих поколений. Если эти ценности и меняются с течением времени, то не быстро и не кардинально. Так, в каждом обществе известны свои устойчивые традиции, переходящие из поколения в поколение (ср., например, традиции воспитания, образования, отношения к старшим, к любви и дружбе и т.п.).

Однако в последнее время, в связи с научно-техническим взрывом (техногенной революцией) и политико-экономическими процессами глобализации, можно наблюдать интересное и во многом неожиданное сближение разных, часто противоположных, картин мира, например европейской и азиатской. Интересно, что в российском обществе к этому сближению относятся неоднозначно; многими оно, например, воспринимается как нивелирование самобытности, оригинальности русского народа, стирание культурных границ между разными национальностями. Особенно ярко неприязненное отношение к сближению культур проявляется в поведении, мышлении, языке молодежи.

Вместе с тем изучение особенностей языкового выражения некоторых центральных «точек мировосприятия» в азиатской и европейской картинах мира, а также последующее сопоставление полученных результатов позволяет отказаться от распространенного убеждения, что две эти мегаментальности абсолютно противоположны и потому потенциально конфликтны по отношению друг к другу. Конкретные языковые факты, отражающие особенности картин мира носителей русского и китайского языков, свидетельствуют о близости – если не об идентичности – **основных, жизнеформирующих** установок носителей и той и другой культуры.

Для нашего исследования, направленного на выявление общего и различного в языковом выражении некоторых сторон русского и китайского мировосприятия, мы выбрали концептуальную сферу, в частности концепт «успешная женщина».

Настоящая статья является первым этапом нашего исследования, направленного на изучение концепта «успешная женщина» и выявление его общих и отличительных особенностей в русской и китайской картинах мира, и посвящена анализу содержания и структуры рассматриваемого концепта в русском языке, точнее в русской языковой картине мира.

Начало активного изучения концептов в русской лингвистике относится к 1991 г., когда в сборнике научных трудов «Логический анализ языка. Культурные концепты» были опубликованы результаты первых исследований по этой проблеме. Вопросами концептологии в разное время занимались такие ученые, как Н.Д.Арутюнова (1993), Д.С.Лихачев (1993, 1997), Ю.С.Степанов (1997), С.Х.Ляпин (1997), В.П.Нерознак (1998), В.И.Карасик (2001, 2004), Н.Ф.Алефиренко (2002), З.Д.Попова, И.А.Стернин (2002) и др.

Как известно, понятие «концепт» многомерно. По мнению Ю.Н.Караулова, концепт – один из элементов, образующих концептуальную картину (модель) мира. Концепты – это группы сверхпонятий, представляющие собой «константы сознания» (т.е. обобщения элементов языковой картины мира, имена объединений семантических полей) [Караулов 1989: 274].

Ю.С.Степанов определяет концепт как «сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека. С другой стороны, концепт – это то, посредством чего человек – рядовой, обычный человек, не “творец культурных ценностей” – сам входит в культуру, а в некоторых случаях и влияет на нее» [Степанов 1997: 43].

Н.Д.Арутюнова рассматривает концепт как философское понятие, а именно как результат взаимодействия национальной традиции, фольклора, религии, идеологии, жизненного опыта, образа искусства, ощущения и системы ценностей [Арутюнова 1993: 3].

Д.С.Лихачев считает, что концепт является многомерным смысловым центром, включающим в себя и определяющим собой феномен культуры, который непосредственно связан с языком. Концепт существует для каждого основного значения слова, он не непосредственно возникает из значения слова, а является «результатом столкновения значения слова с личным и народным опытом человека» [Лихачев 1997: 3].

Как видим, ученые интерпретируют понятие концепта с разных позиций: когнитивной, культурологической, лингвокогнитивной и др. Здесь важно, что концепт не возникает из значения того или иного слова, а является результатом «столкновения» этого значения с личным и народным опытом человека. Концепт – многомерное смысловое образование, существующее в языковом сознании определенного социума и сформировавшееся на основе интеграции материального и духовного опыта предшествующих поколений.

В современном обществе средства массовой информации играют важнейшую роль в формировании общественного мнения, оценок людьми событий, явлений, происшествий, но главное – формируют в массовом сознании определенные стандарты жизни и ценностные ориентиры, в том числе те или иные концепты. Не случайно в филологической науке сегодня широко изучаются особенности влияния СМИ на общество и его мировосприятие [см., например: Антонова 2007; Беглова 2007; Черменская 2006; Здановская 2010; Кирилина 2004; Малышева 2010; Пермьякова 2007; Соломина 2008 и др.].

Основа публичной сферы – массовые СМИ, которые классифицируются по тематике, по периодичности издания, по характеру читательской аудитории. Чем обширнее массовая печать, тем содержательнее публичная сфера. В последние годы получили широкое распространение иллюстративно-популярные журналы, которые обычно относят к специализированным изданиям. Эти издания становятся все более востребованными (читаемыми) в современном обществе. Важно, что большинство иллюстративно-популярных журналов позиционирует себя в качестве элитарных изданий. В народном же сознании за такими изданиями закрепилось определение *гламурные*, или *глянцевые*.

Издания элитарной (гламурной) направленности являются новыми на рынке российской журналистики. К ним в основном относятся журналы, посвященные моде и светской жизни. Они создают свой микроклимат, являясь своеобразными конкурентами для таких русских изданий, как «Здоровье», «Крестьянка», «Караван истории», «Культ личностей» и др. Благодаря гламурным журналам светский образ жизни, недоступный ранее большинству граждан, становится понятным, близким, почти доступным, дающим эстетическую пищу для людей разных сословий и профессий.

В последнее время появляется много работ, посвященных изучению особенностей взаимосвязи и взаимовлияния массмедиа и общественного сознания [см., например, указанные выше работы, а также: Воронина 1999; Дударева 2003; Скорнякова 2004; Воронова 2009 и др.]. И вместе с тем сегодня нельзя считать, что эта проблема полностью исследована. Одним из «незатронутых» аспектов данной проблемы является вопрос о влиянии глянцевого журнала на формирование в массовом сознании образа современной женщины. Полагаем, что анализ языковых и содержательных особенностей текстов, посвященных теме «Женщина в современном обществе», поможет не только выявить лингвистические особенности реализации этой темы в печатных СМИ, но и определить содержательные, идеологические и нравственные тенденции развития современного общественного сознания.

Известно, что женские глянцевые журналы не столько удовлетворяют определенные потребности женщин, сколько стимулируют эти потребности, а значит, формируют и общественное мнение по отношению к женщине, и предъявляемые к ней требования и оценки. Сегодня можно утверждать, что на страницах глянцевого журнала идет процесс формирования нового концепта, который обобщенно можно назвать

«успешная женщина». Чтобы ответить на вопрос, как происходит этот процесс, необходимо проанализировать особенности языкового воплощения идеи успеха / успешности по отношению к женщине. Представляется, что такой анализ позволит в дальнейшем определить – по В.И.Карасику – ценностную, образную и понятийную стороны рассматриваемого концепта [Карасик 2004]. Кроме того, анализ текстов глянцевого журнала в аспекте языковых механизмов создания образа современной женщины будет в целом способствовать решению проблемы гармонизации общества, о необходимости которой (гармонизации) в последнее время говорят не только педагоги и психологи, но и представители власти.

О.В.Воронина отмечает, что в газетно-телевизионной журналистике самыми заметными (стереотипными) образами современной женщины являются следующие: 1) «жена и мать»; 2) «деловая женщина», «профессионал в своей области»; 3) «счастливая женщина»; 4) «красивая женщина», «женщина-модель» [Воронина 1999]. По нашему мнению, эти стереотипы лежат в основе формирующегося сегодня концепта «успешная женщина».

Представление об успехе относится к одному из самых «субъективных» и потому неоднозначных. Действительно, для каждого человека существует свое ощущение успеха. Для одних это общественный или социальный статус, слава, деньги. Для других – любимое дело, внутренняя и внешняя свобода, крепкая и дружная семья.

Чтобы выяснить, изменилось ли в последние годы в обществе представление об успехе / успешности, в том числе по отношению к женщине, рассмотрим, каким является родовый концепт «успех», т.е. представления об успехе, закрепленные в системе языка за лексическими единицами *успех* и *успешный* (список академических словарей см. в конце статьи).

#### УСПЕХ

В «Словаре современного русского литературного языка» слово «успех» зафиксировано в двух значениях: 1) положительный результат какого-либо дела; достижение, удача. *Успехи культурного строительства*. С (каким) успехом делать что-либо. О благоприятном исходе чего-либо, победе в бою, драке и т.д. *В современном бою успех решается не только личной храбростью матросов и офицеров, умелым маневрированием и меткой стрельбой, но и исправным состоянием техники*. Мн. достижения в учебе, освоении, изучении чего-либо. *Отец-ректор славно знал латинский язык и полюбил меня за мои успехи*. Делать, (устар.) оказывать успехи (в чем-

либо); 2) *ед.* общественное признание, одобрение чего-либо, чьих-либо достижений. *Иметь успех, завоевать успех, пользоваться успехом.* Признание окружающими чьих-либо достоинств; интерес, увлечение со стороны лица другого пола. Успех у кого-либо, среди кого-либо. *Мой успех у всех наших знакомых был совершенно неожиданный для меня* [ССРЛЯ 1964: 935–936].

В «Толковом словаре русского языка» Д.Н.Ушакова для лексемы *успех* приводятся следующие значения: 1) удача в задуманном деле, удачное достижение поставленной цели; 2) признание такой удачи со стороны окружающих, общественное одобрение чего-н., чьих-н. достижений; 3) внимание общества к кому-н., признание чьих-н. достоинств, а также удача в ухаживании, флирте и т.п. [Ушаков 2001: 490].

По данным «Толкового словаря...» С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведовой лексема *успех* имеет следующие значения: 1) удача в достижении чего-нибудь. *Полный успех. Добиться успеха. Развивать успех;* 2) общественное признание. *Шумный успех. спектакля. Книга имеет успех;* 3) мн.: хорошие результаты в работе, учебе. *Хорошие, плохие успехи. Дочка делает успехи по математике. Производственные успехи.* ♦ С успехом – легко, успешно, без затруднений. *С успехом выполнить поручение.* Пользоваться успехом – быть популярным, вызывать к себе интерес [Ожегов, Шведова 1999: 840].

В «Большом толковом словаре русских существительных» под ред. Л.Г.Бабенко отмечено следующее значение лексемы *успех*: «О положительном результате, удачном завершении чего-л.; син. удача. *Заключали письмо некоторые приятные отзывы о моей работе и пожелания дальнейших успехов* (М.Булгаков)» [Бабенко 2005: 231].

Согласно «Словарю русского языка» под ред. А.П.Евгеньевой *успех* – это: 1) положительный результат, удачное завершение чего-либо: *Успехи культурного строительства* // Благоприятный исход, победа в каком-либо сражении, поединке и т.д.: *Три недели боев принесли партизанам много успехов* // Хорошие результаты в учебных занятиях, достижения в освоении, изучении чего-либо: *Отец-ректор славно знал латинский язык и полюбил меня за мои успехи;* 2) общественное признание, одобрение чего-либо, чьих-либо достижений: *Поэма «О происхождении зла» имела большой успех* // Признание окружающими чьих-либо достоинств; интерес, влечение со стороны лиц другого пола: *Успех у женщин* [Евгеньева 1981: 522].

В «Комплексном словаре русского языка» под ред. А.Н.Тихонова указаны следующие значения

лексемы *успех*: 1) положительный результат, удачное завершение чего-либо; 2) общественное признание, одобрение чего-либо, чьих-либо достижений; 3) достижения в учебе, в занятиях чем-либо, в изучении чего-либо [Тихонов 2001: 1129].

В «Большом толковом словаре русского языка» под ред. С.А.Кузнецова для слова *успех* предлагаются следующие значения: 1) положительный результат, удачное завершение чего-либо: *Благоприятный исход, победа в каком-либо сражении, поединке;* 2) хорошие результаты в учебных занятиях, достижения в освоении, изучении чего-либо; 3) общественное признание, одобрение чьих-либо достижений: *Признание окружающими чьих-либо достоинств; интерес, влечение со стороны лиц другого пола* [Кузнецов 2004: 1400].

Как видно, во всех приведенных словарях за словом *успех* закрепляются такие значения: 1) положительный результат какой-либо деятельности; 2) удача в достижении чего-либо; 3) общественное признание, одобрение; 4) хорошие результаты в учебных занятиях, достижения в освоении, изучении чего-либо.

Примечательно, что, отражая степень значимости успеха в жизни отдельного человека или группы людей, словари тем не менее не дают представления о том, каким образом добывается этот успех. Интересно, кстати, что в «Толковом словаре живого великорусского языка» В.И.Даля нет как самой лексемы *успех*, так и единиц, относящихся к данному лексическому гнезду (кроме лексемы *успение* [от *усыпать* (уснуть)], которая по своему происхождению и значению не связана с понятием успеха). Исходя из этого можно сделать вывод о «молодости» рассматриваемого понятия, а значит, и отображаемого им явления.

### УСПЕШНЫЙ

«Словарь современного русского литературного языка» фиксирует два значения: ая,ое; шен,шна, о. 1) сопровождающийся успехом (в 1-м знач.), дающий положительные результаты; 2) *устар.* Такой, которому сопутствует успех (в 1-м знач.) в чем-либо [ССРЛЯ 1964: 937].

По данным «Толкового словаря русского языка» Д.Н.Ушакова, лексема *успешный* имеет следующие значения: 1) заключающий в себе успех, представляющий собой успех; 2) делающий что-нибудь с успехом [Ушаков 2001: 490].

В «Большом толковом словаре русского языка» под ред. С.А.Кузнецова лексема *успешный* – это: 1) заключающий в себе успех, сопровождающийся успехом. *Успешные гастроли, занятая. Успешная работа. Успешные оценки;* 2) *разг.* Такой, которому сопутствует успех в

чем-либо. *Успешный сотрудник, обманщик, покоритель женских сердец* [Кузнецов 2004: 1400].

«Словарь русского языка» под ред. А.П.Евгеньевой также дает два значения прилагательного *успешный*: 1) заключающий в себе успех, сопровождающийся успехом. *Хлопоты ее вначале были очень успешны: адвокат ей встретился участливый и милостливый, и в суде ей решение вышло скорое и благополучное.* (Н.Лесков «Старый гений»); 2) *устар.* Такой, которому сопутствует успех в чем-либо. *Иван Миронов стал ловким, смелым и успешным конокрадом.* (Л.Толстой «Фальшивый купон») [Евгеньева 1981: 522].

В «Толковом словаре русского языка» С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведовой, а также в «Комплексном словаре русского языка» А.Н.Тихонова фиксируется следующее значение рассматриваемого прилагательного: «Сопровождающийся успехом, удачный. *Успешный ход работы. Успешно* (нареч.) *выполнить взятые обязательства.* || сущ. *успешность*, -и, ж.»; второе же значение прилагательного *успешный* («такой, которому сопутствует успех в чем-либо») отсутствует [Ожегов, Шведова 1999: 840; Тихонов 2001: 1154].

Как видно из анализа лексем *успех* и *успешный*, в смысловом поле этих явлений лежат такие понятия, как: 1) удача и ее общественное признание; 2) понятие о достижении успеха, т.е. признание необходимости определенного физического / интеллектуального напряжения, рабочих затрат, направленных на «получение» успеха, приближения к нему; 3) понятие о целенаправленной деятельности, посвященной «получению» успеха. Иначе говоря, концепт успеха – как он закреплен в системе языка – не является статичным. Напротив, он ориентирован на последовательность этапов и длительность, отражающих, очевидно, закрепившееся в картине мира носителей русского языка представление о сложности в достижении успеха и успешности, о временных издержках на пути к ним.

Итак, смысловое поле концепта «успех» включает в себя следующие семы: *удача, признание* (общественное), *работа* (физические / интеллектуальные затраты), *целенаправленность* (осознанное движение к удаче как результату этого движения).

Можно полагать, что концепт «успех» выступает в качестве общего, родового концепта, в рамки которого входит частный концепт «успешная женщина», являясь семантическим компонентом его (родового концепта) смыслового поля: в русской языковой картине мира послед-

них лет представление об успехе начинает соотноситься и с общественной деятельностью женщин (во всяком случае в текстах современных СМИ тема «Публичная женщина» занимает заметное место). Попытаемся выявить некоторые языковые особенности репрезентации концепта «успешная женщина» в текстах глянцевого журналов, что будет способствовать уточнению содержания родового концепта *успех* в его современном функционировании.

Как отмечалось, средства массовой информации оказывают значительное влияние на формирование в массовом сознании представлений о современной женщине, определяют не только ее ценностные ориентиры или особенности отношения к ней современников, но и личные поведенческие, а также психоэмоциональные качества современной женщины. Иными словами, именно тексты СМИ во многом формируют семантический состав концепта «успешная женщина», определяют его центральные и периферийные зоны. Релевантным материалом для описания структурно-содержательных характеристик данного концепта является, на наш взгляд, так называемая глянцевая пресса, а именно такие журналы, как «Крестьянка», «Домашний очаг», «Cosmopolitan», «Здоровье», «Добрые советы», «Glamour», «Gloria» и др.

Общественное мнение в отношении того, какой должна быть успешная женщина и какие роли ей играть в обществе, менялось и меняется постоянно. Так, в советский период в русской литературе и кинематографе были созданы яркие и запоминающиеся образы успешных женщин – руководителей, которые попали в правящую элиту благодаря своей целеустремленности, трудолюбию, силе личности. Именно они создали благоприятную психологическую почву для восприятия женщин-лидеров, на которых нужно было равняться всем остальным женщинам.

Сегодня этот «советский» образ успешной женщины сильно изменился, как изменилось и само представление о женском успехе. Сегодня успех – это целый ряд факторов, которые создают общее представление о счастливой жизни. Когда женщина здорова, красива, любима и любит сама, когда женщина искренне радуется, когда она может ценить жизнь, это и есть, наверное, основные признаки понятия «успешная женщина».

Чем успешные женщины отличаются от неуспешных? Мы проанализировали более 50 статей, посвященных описанию бытовой и общественной жизни известных в обществе женщин, и выделили ряд общих черт, присущих каждой из них. Большинство из проанализированных тек-

стов (а именно 41 статья) представляют собой жанр интервью; меньшая их часть (всего 9 статей) относится к жанру очерка, или рассказа о жизни известной личности, который ведется опосредованно, через биографические материалы или интервью с другими известными людьми. В текстах персонаж «деловая женщина» обозначается такими терминами, как «героиня номера», «наша гостья» и др.

Подчеркнем, что источником представлений об успешности в данном случае являются либо журналист, дающий описание жизни известной личности, либо сама личность, рассказывающая о себе в интервью. Следовательно, речь пока идет о неполной, точнее односторонней, характеристике концепта: представление об успешности дается изнутри, с точки зрения прессы и самой женщины, причем оба «голоса» сливаются, звучат как единое целое.

В проанализированном материале все женщины, представляемые как успешные (достойные быть примером, заслуживающие восхищения), характеризуются посредством следующих определителей: *современная, красивая, счастливая, истинная, деятельная, эффектная, автоледи, задорная, злободневная, яркая, решительная, способная, красивая, самостоятельная, удачливая, стерва.*

Рассказ о той или иной публичной женщине в современных глянцевах журналах включает в себя, как правило, освещение таких тем, как *карьера, путь к успеху, положение в обществе, личное счастье, отношения с мужем (мужчиной), родителями, детьми, друзьями* и под. Классификация выделенных тем по частотности и масштабу освещения на страницах журналов позволила выделить следующие центральные (исходные) семы концепта «успешная женщина»: **карьера, семья и общество, индивидуальность личности, благодарность по отношению к родителям, благодарность по отношению к окружающим людям, самоощущение в контексте жизни.** Рассмотрим, как раскрываются в тексте эти центральные семы, или семантические поля концепта.

Семантическое поле **карьера**. Представление о карьере позиционируется в глянцевах журналах как неотъемлемый признак успешности, ее обязательный спутник. Проанализированный нами материал позволяет говорить о карьере как об основной характеристике (основном признаке) успешности современной женщины. При этом вид карьеры не важен, главное – общественная занятость женщины, ее необходимость обществу. (Справедливости ради, отметим, что глянцевах журналы повествуют, как правило, о

женщинах, чья карьера связана с кино, эстрадой, телевидением, искусством, политикой.)

Семантическое поле «карьера», как показывает анализ, репрезентируется высказываниями, содержащими мысли типа «карьера нужна обязательно», «успех достигается работой», «не могу быть счастливой, сидя дома», «работа – это занятие любимым делом», «талантлива, умна в работе» и под. Ср.: *Можно действительно встретить принца на белом коне, и это тоже счастливая случайность. Но профессия – совсем другое дело. Здесь, чтобы добиться успеха, нужно работать* (Домашний очаг 01 / 2009, 135); *...Подъем по карьерной лестнице... Им [мужьям] ведь хочется, чтобы женщина подчинялась им, сидела дома и воспитывала детей* (ср. в подтексте: «не могу сидеть дома, подчиняться – это не мое, мне нужна работа») (там же, 136); *Важно, чтобы сама женщина чувствовала: на работе она занимается тем, что ей нравится, и тем, что не мешает ее личной жизни* (там же 03 / 2009, 164); *Она обладает фантастическим талантом преображения. Безупречное чутье на качество: почти все ее фильмы удачны* (Крестьянка 05 / 2009, 15) и др.

Семантическое поле **семья и общество**. Семья, материнство и другие традиционные ценности по-прежнему утверждаются как важные для успешной женщины: во всех статьях обязательно выделяется место для рассказа о семье, воспитании детей, совмещении семейной жизни и материнства с общественной деятельностью, карьерой.

Рассматриваемое смысловое поле конструируется следующими семантическими компонентами: 1) «семья», 2) «любовь и брак», 3) «отношения с мужчиной / мужем», 4) «дружба». Рассмотрим компоненты этого поля.

1. Семантический компонент «семья» репрезентируется высказываниями, содержащими мысли типа «семейные отношения как работа», «состоявшаяся семья – это взаимная забота», «семья, замужество необходимы», «семья важнее работы», «главное – дети», «любовь к родине необходима», «любовь к родителям необходима» и под. Например: *Семейные отношения требуют определенных усилий. Вставать в позу и настаивать только на своих убеждениях, по-моему, глупо. Любовь не может быть односторонней, это не игра в одни ворота. Для полного счастья необходима семья* (Домашний очаг 01 / 2009, 137); *Любая женщина расцветает во время любви ... Когда живешь одна, это видно по глазам ... Не зря инь и янь, не зря две половинки. Женщине хоть раз побывать замужем полезно*

(Добрые советы 03 / 2008, 20); *Балую сестру. Балую родителей. Демократичные родители. Хочу, чтобы родители радовались жизни, потому что у них не было раньше такой возможности – они поднимали нас с сестренкой, им приходилось себе во многом отказывать* (Женское здоровье 2009, 37); ...*Моя мама – друг. С годами так вышло, что мы стали близкими подругами, и мне это очень нравится* (Домашний очаг 03 / 2009, 167); ...*полноценный человек [когда у женщины есть семья]. Женщина не должна поступаться детьми и семьей ради работы ... Думаю, у женщины 30% – это работа, остальное – семья и дети. Никакая карьера не мешает мне построить семью и родить детей* (там же, 168); *Дети – это прекрасно! Они не могут мешать карьере. Приоритеты меняются, главный среди них – дети* (там же); *Дети для нас – на первом месте. Мы с мужем счастливы, если счастливы наши дети* (там же 01 / 2009, 24) и др.

2. Семантический компонент «любовь и брак» реализуется в текстах глянцевого журнала посредством высказываний о необходимости иметь любовь и мужа, а также «продуманную» семью. Например: *Не у каждого человека есть своя половинка. Брак надо делать с умом. Половинку всегда можно под себя подогнать. Главное – адекватно себя оценивать. Чем больше брак «от ума», тем он крепче* (Домашний очаг 02 / 2009, 25); *Сначала нужно научиться любить себя. Взаимная любовь – это постоянная двусторонняя работа, которая не всегда приятна, но необходима. Взаимная любовь – умение обходить острые углы* (там же 03 / 2009, 27).

3. Семантический компонент «отношения с мужчиной / мужем» репрезентируется высказываниями, содержащими мысли типа «мужчина – хороший друг», «с мужчинами складываются теплые / доверительные отношения», «чтобы сохранить мужа / мужчину, его нужно правильно любить». Например: *Замечательный друг. Теплые, доверительные отношения. Верю я в дружбу между мужчинами и женщинами. Когда мы начинаем общаться, он иногда говорит: «У меня такое ощущение, что я – твоя тупая подружка»* (Домашний очаг 03 / 2009, 35); *Он мне очень понравился. Он очень настойчив. Он много лет этим занимался, и такой выбор вызывает у меня уважение* (там же 01 / 2009, 36) и др.

Что касается смысла «чтобы сохранить мужа / мужчину, его нужно правильно любить», то этот смысл обычно реализуется с помощью высказываний, свидетельствующих:

1) о покровительственном отношении к мужчинам, о снисхождении к ним, о понимании и –

одновременно – принятии их слабости. Ср.: *Мужчину сложнее сломать, но если он ломается, то надолго* (Здоровье, 30); ...*мужчина – треугольник: он устойчивый, но, если одну сторону сломать, остальные заваливаются и долго восстанавливаются, это данность* (Домашний очаг 03 / 2009, 164);

2) о бережном отношении к своему мужу / мужчине. Ср.: ...*не лезьте «под кожу» своему партнеру, ... пожалейте его. Не выпытывайте у него ничего – ни прошлое, ни про будущее. Оставьте мужу территорию. Жалость – синоним любви. Чем больше вы дадите ему свободы, тем он будет ближе к вам. Мужчина как песок. Если ты зажимаешь его в кулаке, он начинает высыпаться сквозь пальцы* (Домашний очаг 02 / 2009, 27);

3) о признании необходимости давать ему больше свободы. Ср.: *Дайте мужчине свободу, и он не захочет никуда испаряться* (Gloria 2010, 19); *Ведь у мужчин сопротивление будет сильнее. Умные знают, что «длинный поводок надежнее держит». А если все время пилить, так тут даже от большой любви сбежишь – не удержишь* (Cosmopolitan 12 / 2008, 39)

Все подобные высказывания свидетельствуют о том, что успешная женщина выступает в семье (или в отношениях с мужчиной) в роли лидера, направляя душевные затраты на сохранение семейного очага. Иначе говоря, можно считать, что успешная женщина – это, как правило, женщина сильная, более сильная, чем мужчина.

4. Семантический компонент «дружба» смыслового поля **Семья и общество** репрезентируется высказываниями, содержащими мысли типа «дружба – это близкие, доверительные отношения между людьми». Ср.: *Наши отношения с подругой проверены временем ... Мы часто болтаем по душам* (Cosmopolitan 01 / 2008, 45); ...*дружба – это как любовь. Могу быть совсем откровенной с подругой. И в дружбе, и в любви отношения развиваются примерно одинаково* (Добрые советы 2009, 37); *Дружба – это та же любовь, только без секса* (Домашний очаг 03 / 2009, 25) и др.

Семантическое поле **индивидуальность личности**. Представление об успешности современных женщин в материалах глянцевого журнала раскрывается, как правило, через показ их самостоятельности, способности принимать нестандартные решения и совершать эффективные общественные действия. Поэтому репрезентативными данного поля являются высказывания, содержащие мысли типа «целеустремленность», «желание чего-нибудь добиться в жизни самостоятельно», «тяга к справедливости», «самостоя-

тельность' и под. Например: *Я сделала все, что могла, всего добилась сама* (Домашний очаг 01 / 2009, 135); *Не быть зависимой от мужчин* для меня очень значимо (там же); *Я из простой семьи, всего добилась сама. И добилась своего, именно того, чего хотела* (Glamour 04 / 2008, 30); *Я всегда была очень целеустремленным человеком. Чем больше делаешь, тем больше успеваешь. На самом деле я не просто мечтала, я к этому шла и иду* (Крестьянка 2008, 24–35); *Во многом стала первой ... Рискует своей шкуркой, дабы доказать свою правоту ... Самым главным для нее всегда было умение доказать свою правоту в борьбе за справедливость. В молодости отличалась леворадикальными взглядами, участвовала в пацифистском движении, поклонница Че Гевары* (Gloria 10 / 2008, 25); *Мыслила самостоятельно* (Добрые советы 11 / 2007, 29); *Тарья Каарина в знак протеста навсегда покинула церковь. Возглавляла организацию по защите прав сексуальных меньшинств* (Крестьянка 05 / 2009, 27); *...ничто не мешает нам быть счастливыми!* (Домашний очаг 03 / 2009, 39) и др.

Семантическое поле **благодарность по отношению к родителям**. Как свидетельствует анализ материала, успешная женщина обычно чувствует себя таковой, если связывает свой успех с родителями, отчим домом, в котором ее именно так (а не иначе!) воспитали. Это смысловое поле формируется высказываниями, выражающими благодарность, признание родителям. Ср.: *Мама для меня – очень близкий человек, и, когда мне тяжело, она по-прежнему меня часто поддерживает, за что я ей очень благодарна* (Домашний очаг 03 / 2009, 38); *За мудрые советы спасибо моей маме. Я – ее отражение. Она мне с юности повторяла: «Ничто так не разрушает отношения, как занудство и придирки»* (Домашний очаг 02 / 2009, 36); *Я считаю, что благодарность можно приравнять к любви, и я благодарю свою маму за терпение, ведь у меня совсем не простой характер...* (Добрые советы 09 / 2007, 27). *Если вы будете хорошо относиться к своим родителям, то и ваши дети будут хорошо относиться к вам, когда вы станете старым* (Крестьянка 01 / 2007, 30) и др.

Семантическое поле **благодарность по отношению к окружающим людям**. Основная семантика высказываний, формирующих это поле, – 'без помощи других людей удачная женщина не может достичь успеха'. Например: *Ведь популярность – это благодарность зрителей за те роли, которые я сыграла* (Домашний очаг 01 / 2009, 35); *Благодарность совершенно изменила мое отношение к миру... Благодарность – ключ к*

*счастливой, здоровой, успешной жизни* (Крестьянка 08 / 2007, 26) и др.

Семантическое поле **самоощущение в контексте жизни**. Презентация той или иной успешной женщины на страницах глянцевого журнала обычно не обходится без рассказа субъекта о собственном ощущении жизни. При этом главный смысл таких ощущений – «я счастлива в этой жизни». Ср.: *Я – счастливый человек, у меня есть круг моих любимых людей* (Glamour 08 / 2008, 19); *Я наслаждаюсь жизнью* (Женское здоровье 2007, 30); *Вчера уже прошло, завтра еще не наступило, а сегодня – вот оно, живи и наслаждайся. Утверждаю, что я – счастливый человек* (Домашний очаг 03 / 2009, 35) и др.

Редко, но все же иногда встречается в нашем материале еще одно семантическое поле концепта «успешная женщина» – **отношение к деньгам**. Из-за малочисленности высказываний о деньгах мы не относим это смысловое поле рассматриваемого концепта к основным, а считаем периферийным.

Высказывания о деньгах имеют общее значение 'люблю тратить, но со смыслом'. Например: *Не транжира. Люблю вкладывать деньги или отложить их* (Домашний очаг 2008, 39); *Для меня потратить большие деньги – значит сделать вложение во что-нибудь стоящее* (Gloria 12 / 2008, 35); *Люблю красиво одеваться и делать дорогие подарки близким людям* (Добрые советы 09 / 2007, 25); *Хорошо выглядеть – мой конек, а это требует немалых расходов. Но я иду на это. Правда, здесь всегда важно умение отказаться от излишеств, от того, что может привести к непониманию в семье* (Домашний очаг 01 / 2009, 40).

Таким образом, обобщая наши размышления о содержании концепта «успешная женщина», можно констатировать следующее:

— **во-первых**, успешные женщины не представляют себя в роли жертвы. Это сильные, независимые натуры. У них хорошо развито чувство собственного достоинства. Такие женщины смело берут ответственность на себя, они не удовлетворены ролью слабой женщины или женщины-хранительницы очага и не считают, что только мужчины должны брать ответственность на себя, зарабатывать на жизнь и содержать семью. В этом принципиальное отличие успешных женщин от обычных;

— **во-вторых**, успешным женщинам свойственна доброжелательность по отношению к другим, особенно к тем, с кем у них много общего. Они стараются поддерживать с ними дружеские связи;

— *в-третьих*, успешные женщины имеют довольно широкий круг общения. И если социальные связи мужчин довольно поверхностны и нестойки, то для успешных женщин взаимоотношения с людьми обычно имеют особое значение и характеризуются серьезностью и глубиной. Успешные женщины заводят крепкую дружбу не просто с приятными в общении людьми, а с такими, которые еще могут посодействовать им в достижении успеха.

Кроме того, успешные женщины отличаются высоким интеллектом, они эмоционально и духовно развиты. Успешные женщины ищут смысл во всех своих действиях и особенно в профессиональной деятельности, а не просто стремятся к высоким заработкам или должностям. Важными качествами таких женщин являются также целеустремленность, сила личности и интуиция. В некоторых рассмотренных нами статьях о женском успехе встречаются размышления самих женщин (в жанре «рассказ о»), направленные на активное противопоставление себя определенным мужчинам или всему мужскому сообществу. Правда, таких примеров агрессивных феминистских по своей сути настроений в нашем материале встретилось немного. Гораздо больше случаев, где демонстрируется приверженность успешных женщин к патриархальным ценностям в отношениях между мужчинами и женщинами.

В целом тексты русских глянцевого журналов отражают следующие закрепившиеся в русской языковой картине мира представления об успешной женщине: *это женщина уверенная, решительная, целеустремленная, принципиальная, реализовавшая себя на сто процентов, умная, обеспеченная, образованная, обладающая хорошими манерами, тонким вкусом, крепким здоровьем, а также умеющая правильно и убедительно говорить.*

При этом *центральное* (первое) *место* в рассматриваемом концепте занимает сема «успешна в семье»: во всех 50 проанализированных статьях (100 %) интервьюируемыми были женщины либо замужние, либо живущие в гражданском браке, но главное – в процессе разговора с журналистом они обязательно подчеркивали, что счастливы в семейной жизни. Очевидно, для русской женщины семейное счастье – чрезвычайно важный аспект самооощущения, в том числе аспект успешности. На *втором месте* стоит сема «умение ставить цели и добиваться результата»: рассказ героини о том, как настойчиво она шла к поставленной цели, встретился в 46 статьях (92 %). На *третьем месте* сема «внутренне довольна собой»: размышления на эту тему зафиксированы в 44 проанализированных статьях (89

%). *Четвертое место* занимает сема «полная самореализация»: встретилась в 40 статьях (80 %). *Пятое место* занимает сема «внешняя привлекательность» (успешная женщина чаще всего делится секретами, как она следит за своей внешностью и заботится о своей эффектности): 39 статей (78 %). На *шестом месте* сема «обладание энергетикой» и «авторитетность»: 36 статей (73 %). В некоторых рассмотренных статьях была отмечена сема «особое чувство времени и такта»: в 15 статьях (30 %) героини утверждали, что успех пришел к ним, кроме всего прочего, еще и потому, что они всегда дорожили временем и отношениями с коллегами. Эта сема в нашем рейтинге заняла *седьмое место*.

Необходимо отметить, что в большинстве случаев профессиональная деятельность женщин относится либо к так называемому женскому бизнесу (успешная служба в должности секретаря или менеджера, модельное агентство, салон красоты, бутик и т.п.), либо к сфере искусства (кино, театр, эстрада и т.п.). Важно, кстати, подчеркнуть, что если удачная карьера не подкреплена ролями (жены и матери), то в русском сознании такая женщина уже не соотносится с представлением об успешности. Во всяком случае, наш материал показал, что в 100 % случаев образ «успешная женщина» – это обязательно «женщина при муже и с ребенком / детьми».

Ранее мы полагали, что полученные нами данные именно такого представления об «успешной» женщине характеризуются известной односторонностью, поскольку проанализирован только *публицистический* материал. Изучение представлений об успешности (в том числе об успешности женщины) в социолингвистическом и социокультурном аспектах в том или ином отношении, возможно, скорректирует структурно-содержательные особенности нашего концепта. Однако это уже другая задача, для решения которой требуется отдельное исследование.

#### Список журналов

- Добрые советы 2007: № 09, № 11.
- Добрые советы 2008: № 03.
- Добрые советы 2009: № 06.
- Домашний очаг 2008: № 01.
- Домашний очаг 2009: № 01, № 02, № 03.
- Женское здоровье 2007: № 11.
- Женское здоровье 2009: № 10.
- Здоровье 2008: № 07.
- Крестьянка 2007: № 01, № 08.
- Крестьянка 2008: № 09.
- Крестьянка 2009: № 05, № 06.
- Cosmopolitan 2008: № 01, № 12.
- Glamour 2008: № 04, № 08.

Gloria 2008: № 10, № 12.  
Gloria 2010: № 11.

### **Список литературы**

- Алефиренко Н.Ф.* Поэтическая энергия слова. Синергетика языка, сознания и культуры. М.: Academia, 2002. 394 с.
- Антонова Ю.А.* Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклик на террористический акт): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2007. 26 с.
- Арутюнова Н.Д.* Введение // Логический анализ языка. Ментальные действия. М., 1993. С.3–7.
- Беглова Е.И.* Семантико-прагматический потенциал некодифицированного слова в публицистике постсоветской эпохи. М.: Моск. гос. областной ун-т; Стерлитамак: Стерлитамак. гос. пед. акад., 2007. 353 с.
- Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура: Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М.: Рус. язык, 1990. 246 с.
- Воробьев В.В.* Лингвокультурология: (Теория и методы). М.: Изд-во Рос. ун-та дружбы народов, 2008. 336 с.
- Воронина О.В.* Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ. М.: Знамя, 1999. 175 с.
- Воронова Л.А.* Мифология образов женщин-политиков в российских СМИ // Гендер и СМИ: ежегодник-2008. М.: Фак-т журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова, 2009. С.97–103.
- Гумбольдт В.фон* Избранные труды по языкознанию. М.: Прогресс, 1984. 400 с.
- Дударева А.А.* Рекламный образ. Мужчина и женщина. М., 2003. 222 с.
- Здановская Л.Б.* Концепт «строительство (стройка) / construction»: особенности реализации в русской и английской лингвокультурах: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2010. 26 с.
- Карасик В.И.* О категориях лингвокультурологии. Языковая личность: проблемы коммуникативной деятельности: сб. науч. тр. Волгоград: Перемена, 2001. 316 с.
- Карасик В.И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М.: ГНОЗИС, 2004. 389 с.
- Караулов Ю.Н.* Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира / под ред. Ю.Н.Караулова. М.: Русский язык, 1989. 274 с.
- Кирилина А.В.* Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: учеб. пособие для студ. вузов. М.: РОССПЭН, 2004. 250 с.
- Красных В.В.* «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: ГНОЗИС, 2003. 374 с.
- Лихачев Д.С.* Концептосфера русского языка // Изв. Рос. АН. Сер. лит. и яз. 1993. Т. 52, № 1. С.3–9.
- Лихачев Д.С.* Концептосфера русского языка // Русская словесность: От теории словесности к структуре текста: Антология / под общ. ред. В.П.Нерознака. М., 1997. 359 с.
- Логический анализ языка. Культурные концепты: Сб. ст. / под ред. Н.Д.Арутюновой. М.: Наука, 1991. 203 с.
- Ляпин С.Х.* Концептология: к становлению подхода // Концепты. Архангельск, 1997. Вып. I. С.11–35.
- Мальшиева Е.Г.* Своеобразие языковой репрезентации концептуальной метонимической модели «Спорт – это смерть» в текстах спортивного дискурса // Вестн. Перм. ун-та. Российская и зарубежная филология. 2010. Вып. 6(12). С.37–43.
- Нерознак В.П.* От концепта к слову: к проблеме филологического концептуализма // Вопр. филологии и методики преп. иностр. языков. Омск, 1998. С.80–85.
- Пермякова О.В.* Явление гендерной стилизации в современной женской литературе (на материале французского и русского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 2007. 25 с.
- Попова З.Д., Стернин И.А.* Очерки по когнитивной лингвистике: Изд. 2-е, стер. Воронеж: Истоки, 2002. 192с.
- Рылов Ю.А.* Аспекты языковой картины мира: итальянский и русский языки. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2003. 187 с.
- Скорнякова С.С.* Гендерные стереотипы в средствах массовой коммуникации // Актуальные проблемы теории коммуникации. СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2004. С.125–137.
- Соломина Н.В.* Интертекстуальный тезаурус современной языковой личности (на материале письменных текстов СМИ, КВН и интеллектуальных игр: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Омск, 2008. 25 с.
- Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М.: Школа «Языки рус. культуры», 1997. 824 с.
- Черменская С.М.* Зарубежные женские глянцевики журналы в информационном пространстве России: трансформация коммуникативных моделей в условиях глобализации: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 173 с.

### **Использованные словари**

*Бабенко –* Большой толковый словарь русских существительных: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / под ред. Л.Г.Бабенко. 2-е изд., стер. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2005. 864 с.

*Евгеньева* – Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А.П.Евгеньевой. 2-е изд., испр. М.: АН СССР, Ин-т рус. яз., 1981.

*Кузнецов* – Большой толковый словарь русского языка / сост. и гл. ред. С.А.Кузнецов. СПб.: Норинт, 2004. 153 с.

*Ожегов, Шведова* – Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / под ред. С.И.Ожегова, Н.Ю.Шведовой; РАН, Ин-т рус. яз. 4-е изд., доп. М.: Азбуковник, 1999. 944 с.

ССРЛЯ – Словарь современного русского литературного языка / под ред. *Н.З.Котеловой*,

*Н.М.Медведев*; М.; Л.: АН СССР Ин-т рус. яз., Наука, 1964. Т.16 (У-Ф). 1610 с.

*Тихонов* – Комплексный словарь русского языка / под ред. д-ра филол. наук А.Н.Тихонова. М.: Рус. язык, 1991. Т. 4. 683 с.

*Ушаков* – Толковый словарь русского языка: в 3 т. / под ред. проф. Д.Н.Ушакова. М.: Мир книги, 2001. Т.3. 672 с.

Философия: Энциклопедический словарь / под ред. А.А.Ивина. М.: Гардарики, 2004. 1072 с.

## **SPECIFICITY OF REPRESENTATION OF THE CONCEPT “SUCCESSFUL WOMAN” IN RUSSIAN GLAMOROUS MAGAZINES**

**Hu Syaosoue**

**Post-graduate Student of Russian Language and Stylistics Department**

**Perm State University**

The article deals with the analysis of linguistic representation of the concept “Successful Woman” in texts of glamorous magazines. The author develops basic theoretical tenets of conceptology and describes its present state. Reasons for further research of concepts, including the one of «Successful Woman» are given. Dictionary definitions of the lexemes «*success*» and «*successful*» are analysed. The concept is described in the aspect of different language levels. Semes (semantic components), forming the concept, are described. In accordance with the modern mass media understanding of Success central and peripheral zones of the concept “*Success*” are constructed. The concept «Successful Woman» is new for modern age, developing in the Russian language view of the world and presenting an idea of a modern woman.

**Key words:** language view of the world; concept; semantic and sense field; centre and periphery; structural and semantic dominants of the concept.